

.63107516 (A)

CA1
EA616
95P41f


DOCS

Canada



LES DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES AU MEXIQUE : LES PLASTIQUES ET LES MATÉRIAUX COMPOSITES



 Ministère des Affaires étrangères et du Commerce International Department of Foreign Affairs and International Trade
Le Secteur de l'Amérique latine et des Antilles



PROFIL SECTORIEL - MEXIQUE

Profil sectoriel – Mexique

Les débouchés d'affaires au Mexique : les plastiques et les matériaux composites a été élaboré conjointement par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) et par Prospectus Inc. Ce guide d'affaires a été rendu possible grâce à l'appui du bureau de Toronto de Baker & McKenzie.

Ce document est conçu pour donner un aperçu du secteur des plastiques et des matériaux composites au Mexique; il ne prétend en aucune façon être la seule source d'information dans ce domaine. Tous les collaborateurs à cette publication se sont efforcés d'éliminer les erreurs et les inexactitudes. Nous incitons toutefois le lecteur à ne trouver là qu'une des sources d'information sur la façon de faire des affaires au Mexique et à évaluer toute décision d'affaires en s'informant auprès d'un professionnel compétent.

Toute erreur ou omission, de même que toutes les opinions exprimées ici, ne peuvent être attribuées au gouvernement du Canada ni à Baker & McKenzie. Les auteurs, les éditeurs et les autres collaborateurs n'assument aucune responsabilité à l'égard de pertes commerciales qui seraient imputables à des décisions d'affaires prises sur la foi des renseignements contenus dans ce document.

Copyright © Ministère des Approvisionnements et Services, décembre 1995
N° de catalogue E73-9/4-1995F
ISBN 0-662-80542-9

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, imprimée, rentrée dans un système d'extraction ou transmise partiellement ou dans sa totalité sous quelque forme que ce soit ou par n'importe quel moyen, électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre, sans autorisation préalable écrite de l'éditeur et de la Couronne.

Publié par Prospectus Inc.

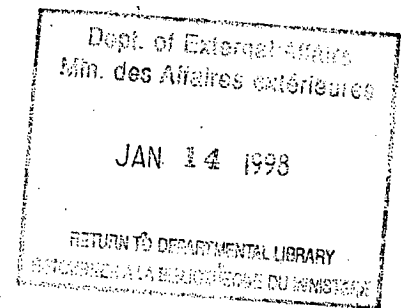
Imprimé au Canada.

Also available in English.

LES DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES AU MEXIQUE :

LES PLASTIQUES ET LES MATÉRIAUX DE POINTE

43-280-867



Export 
MEXIQUE

MESSAGE DE BAKER & MCKENZIE, AVOCATS

Notre entreprise est très présente au Mexique depuis 1961. Nous avons un bureau dans la ville de Mexico, connu sous le nom de *Bufete Sepukveda*, alors que les autres cabinets à travers le Mexique sont connus sous le nom de Baker & McKenzie. Nous avons actuellement des bureaux dans les villes de Juárez, Mexico, Monterrey et Tijuana et prévoyons en ouvrir d'autres dans les régions industrielles à forte croissance du Mexique. Un pourcentage important de toutes les sociétés étrangères s'implantant dans les régions des *maquiladoras* ont retenu les services de Baker & McKenzie pour les aider dans tous les aspects de leurs activités d'implantation.

Les avocats du cabinet combinent la connaissance du droit mexicain et la compréhension du cadre des affaires et du processus gouvernemental au Mexique. Notre cabinet a une excellente réputation dans les milieux des affaires et du gouvernement comme étant l'une des principales firmes mexicaines s'occupant de transactions commerciales internationales et nationales. Les avocats des quatre bureaux mexicains rencontrent régulièrement leurs homologues canadiens pour discuter de la coordination des activités d'affaires dans le contexte nord-américain et pour favoriser les activités de commerce et d'investissement entre le Canada et le Mexique. Les associés des bureaux mexicains siègent à un certain nombre d'organismes nationaux et internationaux comme représentants à la fois d'organisations nationales d'affaires et du gouvernement mexicain. Les associés des bureaux mexicains conseillent régulièrement le gouvernement mexicain sur les problèmes de commerce international, y compris récemment dans le cadre des négociations de l'ALÉNA.

Les domaines d'expertise du cabinet au Canada et au Mexique comprennent entre autres :

- le droit administratif;
- la banque et la finance;
- le droit des sociétés et le droit commercial;
- les problèmes douaniers;
- le droit de l'environnement;
- les lois sur les investissements étrangers et les *maquiladoras*;
- les lois sur la santé;
- les problèmes d'immigration;
- la propriété intellectuelle;
- le commerce international;
- les lois sur le travail et sur l'emploi;
- la réglementation dans le domaine de l'immobilier et des transports;
- la fiscalité.

Le bureau de Toronto, ouvert depuis 1962, fait partie intégrante de la pratique nord-américaine de l'entreprise qui comprend neuf bureaux aux États-Unis et quatre au Mexique.

Les bureaux de Baker & McKenzie au Canada et au Mexique s'efforcent d'aider les entreprises canadiennes à trouver les partenaires qui leur conviennent afin de leur permettre d'implanter ou d'élargir des activités commerciales au Mexique. Que l'objectif d'une entreprise soit de recueillir des capitaux, de créer une coentreprise ou une alliance stratégique, ou de commencer à exporter sur le marché mexicain, Baker & McKenzie offre une approche coordonnée pour rendre plus facile la pénétration du marché mexicain.

Bill Watson
(416) 865-6910

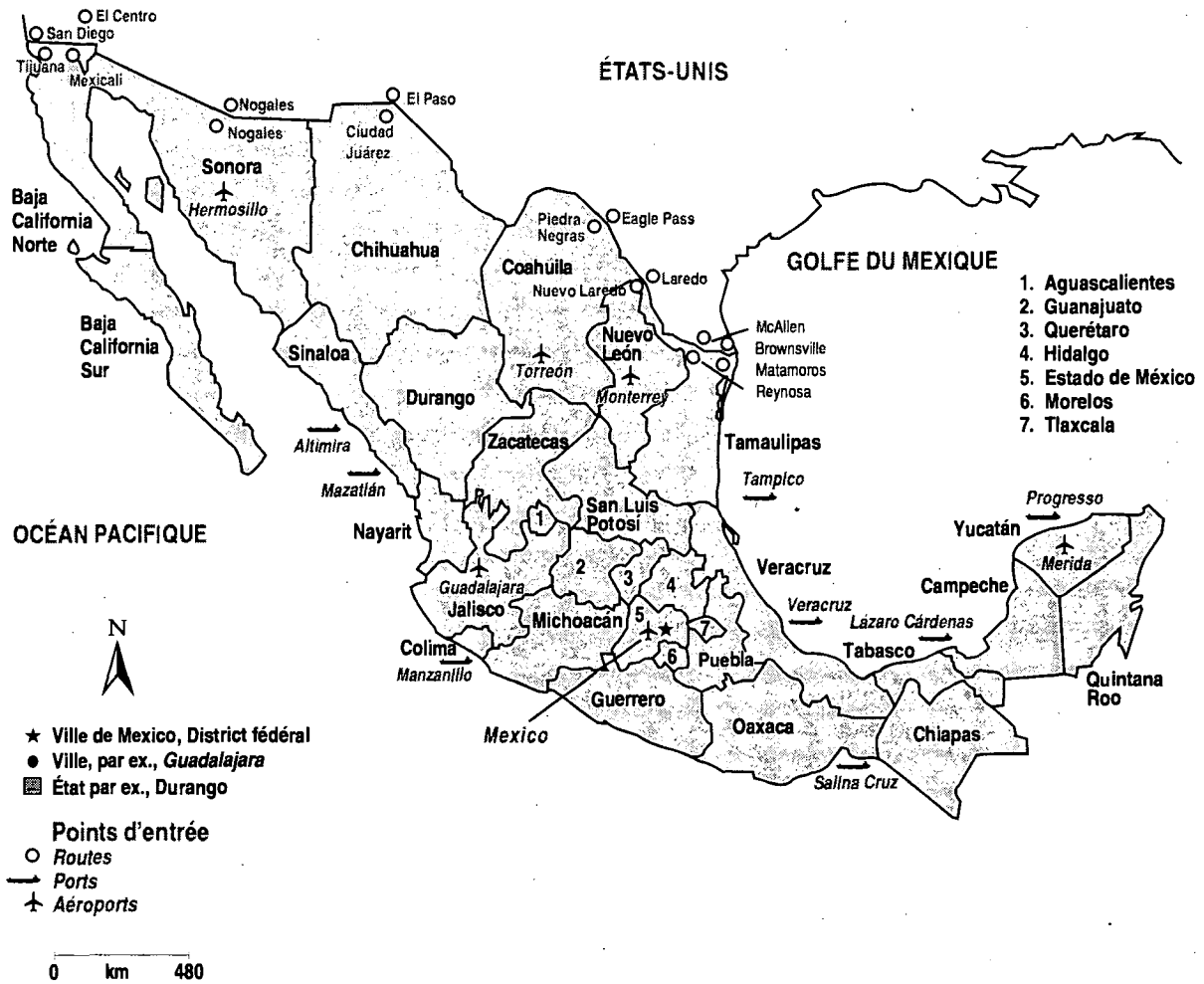
Allan Turnbull
(416) 865-6923



Roy Kusano
(416) 865-6903

Paul Burns
(416) 865-6912

Mexique



L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN (ALÉNA)

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 millions — un marché plus important que celui des 15 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé les 5,5 milliards de dollars en 1994 et devrait atteindre les 7 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens au Mexique augmente rapidement, ayant passé de 452 millions de dollars en 1992 à plus de 1,2 milliard en 1994.

Ce guide de marché a été préparé en tenant compte des problèmes auxquels la personne qui envisage d'exporter est confrontée. Il ne s'agit toutefois pas d'un document exhaustif et les conditions, les intérêts et les besoins particuliers à chaque cas commanderont la façon dont les entreprises doivent adapter leur approche et leur stratégie au marché mexicain.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser aux Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants :

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500
Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

TABLE DES MATIÈRES

UN MARCHÉ SOUS-DÉVELOPPÉ	7
APERÇU DU SECTEUR DES PLASTIQUES	8
L'organisation du secteur	8
Les techniques de production	9
La société pétrolière d'État	11
LE RÔLE DES IMPORTATIONS	15
LES CLIENTS	19
Les produits finis et semi-finis	19
Le secteur des aliments et des boissons	19
Le secteur de la construction	21
Le secteur de l'automobile	24
Le secteur du détail	26
Les résines et les matières premières	27
LA CONCURRENCE	30
LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS	33
Les résines	33
Les services	34
Les bouteilles en PET	35
Les produits de bricolage pour les améliorations des maisons	36
LE CADRE RÉGLEMENTAIRE	37
Les normes de qualité	37
Les déchets	38
Le recyclage	38
LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ	39
Le financement	39
La distribution	39
Les foires commerciales	40

OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE	41
Ministères et services du gouvernement canadien au Canada	41
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI)	41
Ministère de l'Industrie (MI)	43
Revenu Canada	44
Agence canadienne de développement international (ACDI)	45
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APÉCA)	45
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DÉO)	45
Société pour l'expansion des exportations (SEE)	46
Conseil national de recherches	47
Contacts importants au Canada	47
Organismes parrains	47
Associations d'affaires et professionnelles	47
Bureaux du gouvernement mexicain au Canada	48
Banques mexicaines ayant des bureaux au Canada	49
Services du gouvernement canadien au Mexique	49
Principaux contacts au Mexique	50
Ministères du gouvernement mexicain	50
Associations d'affaires et professionnelles	51
Grandes sociétés mexicaines	53
Grands magasins de détail	55
Foire commerciales	55
Publications	55

UN MARCHÉ SOUS-DÉVELOPPÉ

La consommation de plastique par habitant au Mexique augmente, mais elle ne représente encore qu'un quart de ce qu'elle est au Canada. Cela laisse entrevoir d'excellentes possibilités à long terme.

Le secteur des plastiques est un des plus dynamiques de l'industrie mexicaine. Il a enregistré une croissance soutenue au cours de la dernière décennie à un taux nettement plus élevé que celui du produit intérieur brut (PIB). Toutefois, malgré ces progrès, le Mexique consomme beaucoup moins de plastiques que les pays industrialisés. La consommation par habitant a augmenté régulièrement, de 6 kilogrammes en 1980, à 26 en 1994. C'est toutefois encore beaucoup moins que les 90 kilogrammes par habitant consommés au Canada et aux États-Unis. Comme le Mexique rattrape le reste de l'Amérique du Nord en remplaçant les matériaux traditionnels par du plastique, on peut s'attendre à une croissance soutenue du marché. La consommation par habitant devrait atteindre 30 kilogrammes en l'an 2000. Cela devrait se traduire par des débouchés très intéressants pour les producteurs qui souhaitent retenir une stratégie à long terme.

Pendant des décennies, le secteur mexicain du plastique s'est développé à l'ombre du protectionnisme et des politiques d'autosuffisance. Il disposait d'approvisionnements fiables en produits chimiques secondaires auprès de *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, à des prix réglementés. Si la croissance du secteur national en fut favorisée, ce fut au détriment de l'innovation et des normes de qualité. Les autres secteurs d'activité du Mexique ont été privés de produits à la fine pointe de la technologie dont ils avaient besoin pour être concurrentiels sur les marchés mondiaux. Quand le gouvernement mexicain a libéralisé ses politiques commerciales à la fin des années 1980, le marché du plastique a été brutalement ouvert à la concurrence étrangère. Le secteur a réagi rapidement en réalisant des investissements massifs en nouvelle technologie pour tenter de protéger sa part de marché. L'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) lui a imposé des pressions concurrentielles encore plus fortes. Les fabricants mexicains devront non seulement améliorer leur productivité et la qualité de leurs produits mais aussi élargir leurs gammes de produits.

La croissance soutenue et les pressions de la concurrence ont obligé le secteur mexicain du plastique à s'en remettre largement aux importations. Entre 1990 et 1994, la consommation mexicaine de résines de plastique a augmenté de 24 pour 100 pour atteindre deux millions de tonnes mais, pendant cette même période, les importations augmentaient de 63 pour 100. Le degré de pénétration des importations de résines est maintenant d'environ 32 pour 100 en volume du marché. En 1994, la valeur des résines importées et des autres produits primaires atteignait presque 1,2 milliard de dollars US.

Les importations de produits finis et semi-finis du plastique approchaient les 3 milliards de dollars US en 1994. D'après les données publiées par l'*Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC)*, l'Association nationale de l'industrie du plastique, le Mexique a importé 265 000 tonnes de pièces finies en 1994, soit environ 13 pour 100 de la consommation nationale.

Les dispositions de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) auront pour effet de continuer à faire baisser progressivement les barrières tarifaires. La concurrence qui s'ensuivra obligera le secteur à se moderniser encore davantage. Cela fera apparaître des débouchés à long terme pour les fournisseurs canadiens de produits, de matériaux et de technologie du plastique. Comme dans la plupart des autres secteurs d'activité, la clé du marché mexicain du plastique est de disposer d'une présence locale permanente. Un grand nombre de sociétés canadiennes ont constaté que les partenariats ou les coentreprises avec des sociétés mexicaines sont une bonne façon d'y parvenir. Dans la situation économique actuelle, les producteurs mexicains de plastiques ont un grand besoin de se procurer des technologies plus performantes; mais ils n'ont pas les moyens de se les offrir. Les entreprises canadiennes qui, dans le cadre d'un partenariat, apporteront capitaux et savoir-faire seront de plus en plus les bienvenues.

APERÇU DU SECTEUR DES PLASTIQUES

Les importations d'équipement destiné à la fabrication du plastique ont augmenté de 250 pour 100 entre 1990 et 1994 alors que le secteur s'efforçait de s'adapter le plus rapidement possible au nouveau cadre libéralisé des affaires.

Le secteur mexicain des plastiques est composé d'environ 2 800 entreprises de transformation. S'y ajoutent environ 350 sociétés qui se consacrent à des activités connexes. Le secteur est concentré dans la région de Mexico ainsi que dans les États de Jalisco, Guanajuato et Nuevo León. Environ 56 pour 100 de toutes les sociétés fabricant du plastique sont situées à Mexico ou dans l'État de Mexico. Le nombre d'entreprises a nettement diminué au cours des dernières années à la suite de la restructuration imposée par la libéralisation des échanges.

L'ORGANISATION DU SECTEUR

De grandes sociétés de haute technologie voisinent avec de petites entreprises familiales. Trois quart des entreprises ont moins de 100 employés et la moitié d'entre elles en ont moins de 20. Deux cents grandes entreprises emploient 40 pour 100 de la main-d'œuvre du secteur. Les grandes multinationales accroissent leur domination du secteur alors que les entreprises familiales se battent pour faire face à la restructuration et à la crise économiques imputables à la dévaluation du peso de décembre 1994. Le fait que les grandes entreprises réussissent à exporter et donc à générer des revenus en devises fortes, leur a permis de moins souffrir de la crise. Un grand nombre des multinationales respectent les normes ISO 9000 alors que, assez souvent, les entreprises familiales plus petites ont de la difficulté à respecter les normes internationales de qualité.

PRINCIPALES ACTIVITÉS DES COMPAGNIES ENREGISTRÉES DE PLASTIQUE, 1994

Produit	En pourcentage
Pellicules et sacs	14,5
Emballage de plastique transparent	11,8
Articles ménagers	9,1
Pièces et emballages moulés	8,2
Chaussures	7,8
Jouets	6,3
Plastiques de construction	5,7
Stratifiés décoratifs	5,3
Produits de polychlorure de vinyle (PVC)	5,1
Profilés et tubes	4,9
Autres produits	21,3

Source : Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC), Association nationale de l'industrie du plastique.

Un grand nombre de sociétés mexicaines recherchent des partenariats ou des coentreprises avec des sociétés étrangères pour améliorer leur capacité concurrentielle. Elles tentent ainsi d'obtenir de l'aide technique et des capitaux et, en échange, offrent l'accès au marché local. Les dirigeants des sociétés mexicaines interrogés à l'occasion de la rédaction de ce profil ont laissé entendre que les coentreprises sont une façon pour eux de s'assurer de respecter les normes de qualité du marché du partenaire. Ils estiment aussi que les faibles coûts de la main-d'œuvre au Mexique sont un atout pour les ententes de production conjointe.

La privatisation de 61 usines pétrochimiques de *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, qui devrait intervenir sous peu, provoque un réalignement des relations entre fournisseurs et clients. Les entreprises les plus importantes souhaitent acheter les usines de *PEMEX* pour s'intégrer verticalement ou horizontalement. Les plus petites cherchent de nouveaux fournisseurs parce qu'elles craignent que les concurrents achètent des éléments essentiels de *PEMEX*.

LES TECHNIQUES DE PRODUCTION

Les techniques de production les plus courantes sont l'injection et l'extrusion à cause de leur souplesse d'utilisation. Le gonflement prend aussi de plus en plus d'importance sur le marché alors que les produits d'emballage de pointe se répandent. Le gonflement est rendu nécessaire par l'utilisation accrue de certains nouveaux plastiques et de nouvelles résines comme le polyéthylène téréphtalate (PET).

Face à la concurrence étrangère, le secteur a été contraint de se moderniser. Les importations de machines à fabriquer le plastique ont plus que doublé entre 1990 et 1994 pour atteindre 232 millions de dollars US d'après les données de l'Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC), l'Association nationale de l'industrie du plastique. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans le domaine de l'équipement pour le moulage à injection (312 pour 100), de la machinerie à former sous vide (243 pour 100), de l'équipement à souffler (227 pour 100) et des extrudeurs (163 pour 100). De plus, on voit maintenant apparaître des processus plus sophistiqués parmi lesquels le laminage, le moulage par rotation, le moussage, la compression, l'application d'enduits, la métallisation et l'électrochromage.

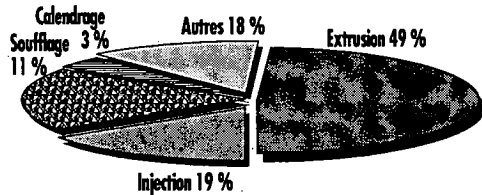
MODERNISATION DU SECTEUR DU PLASTIQUE – IMPORTATIONS DE MACHINERIE
EN MILLIONS DE \$ US

	1990	1992	1994
Presses à injecter	31,1	48,8	97,1
Machines d'extrusion	17,8	25,6	29,1
Machines à souffler	24,6	36,7	55,9
Machines à mouler sous vide	12,1	15,8	29,4
Équipement auxiliaire	6,8	14,5	20,7
Total	92,4	141,4	232,2

Source : Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC), Association nationale de l'industrie du plastique. Rapport annuel de 1995.

L'équipement pour fabriquer le plastique est en majorité importé, surtout d'Amérique et d'Europe. D'après le U.S. Department of Commerce, les États-Unis détenaient 43 pour 100 du marché en 1993, suivis de l'Italie avec 16 pour 100 et de Taiwan avec 12 pour 100. Les spécialistes interrogés dans ce domaine affirment que Husky est la seule société canadienne importante à être présente sur le marché mexicain de l'équipement pour le plastique. Ils ajoutent que ses produits ont une excellente réputation. Il semble que l'équipement fabriqué au Mexique soit inférieur, en termes techniques, aux importations. On trouve aussi certaines importations asiatiques sur le marché mexicain mais, si ce n'est de celles qui proviennent du Japon, on les juge inférieures à l'équipement américain et européen. La société japonaise Tatming a importé 60 machines en 1994, mais s'attend à ce que ses ventes baissent de moitié en 1995.

MÉTHODES DE PRODUCTION DU PLASTIQUE AU MEXIQUE, 1993



Source : Vêrut, Caroline, *The Market for Plastics Product Machinery, Equipment and Materials, Mexico*, Ambassade du Canada, 1993.

Les résines les plus couramment utilisées sont le polyéthylène basse densité, le polyéthylène haute densité et le PVC, suivies par le polystyrène, le polyester insaturé, le polypropylène et le polyéthylène téréphtalate (PET), mais les producteurs passent progressivement à de nouveaux produits. Les ventes de résines traditionnelles (polyéthylène basse et haute densité, PVC, polypropylène et polystyrène) n'ont augmenté que de trois pour cent par année au cours des dernières années alors que celles des résines thermoformées ont diminué de 20 pour 100. Les produits dont les ventes augmentent le plus sont les nouvelles résines de plastique, les résines à usages divers, les plastiques techniques, les résines industrielles et les produits de spécialité.

Le plus important consommateur de plastique au Mexique est de loin le secteur de l'emballage. Les marchés en expansion sont ceux des peintures, des revêtements et des adhésifs ainsi que les domaines de la construction, de l'automobile et des produits ménagers. On s'attend à l'avenir à enregistrer des augmentations dans les domaines de l'électronique, de la médecine, de la marine et de l'avionique.

LA SOCIÉTÉ PÉTROLIÈRE D'ÉTAT

En 1938, le gouvernement mexicain a exproprié les compagnies pétrolières privées et créé *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, pour consolider le secteur sous le contrôle exclusif du gouvernement. Les compagnies pétrolières ont répliqué en boycottant le pétrole mexicain mais ont rapidement été obligées d'abandonner ces mesures à cause de la guerre. Par la suite, la Constitution mexicaine a été modifiée pour préciser que les ressources minérales sont un bien national. Le 18 mars, *Día de la Expropiación Petrolera* est encore fêté au Mexique comme une journée de «fierté nationale».

Cette fierté nationale à l'endroit de *PEMEX* est une force puissante qui a empêché l'administration du président Zedillo de privatiser des pans du secteur énergétique. Le gouvernement a eu comme politique, depuis 1988, de privatiser les entreprises d'État mais le secteur énergétique en a été exclu. En janvier 1995, le gouvernement a annoncé que dans le cadre de son plan de stabilisation, à la suite de la dévaluation, il allait accélérer ce processus de privatisation. La possibilité que *PEMEX* soit touchée par ces mesures a soulevé un débat très important et le gouvernement procède avec prudence.

À ce jour, le gouvernement a annoncé que 61 usines pétrochimiques de *PEMEX* seront vendues et que les domaines de la transmission, de la distribution et de l'entreposage du gaz naturel seront également privatisés. Toutefois, pour apaiser l'opposition, le président Zedillo a garanti au pays que *PEMEX* continuera à exercer le contrôle de l'exploration, de l'extraction et du traitement des réserves de pétrole et de gaz, ainsi que la production des substances pétrochimiques de base.

On critique depuis longtemps l'inefficacité, la corruption et la pollution de *PEMEX*. On signale par exemple qu'il fallait à *PEMEX* 40 pour 100 de main-d'œuvre de plus pour extraire un baril de pétrole qu'au secteur pétrolier vénézuélien. Le gouvernement a réagi en 1992 en réorganisant *PEMEX* en quatre filiales partiellement autonomes :

- *PEMEX Exploración y Producción*, exploration et production;
- *PEMEX Refinación*, raffinage;
- *PEMEX Gas y Petroquímica Básica*, gaz et produits pétrochimiques de base; et
- *PEMEX Petroquímica*, produits pétrochimiques.

Cette réorganisation a entraîné la suppression de plus de 100 000 emplois alors que la production restait sensiblement aux niveaux antérieurs.

On estime que les produits chimiques fabriqués par *PEMEX Gas y Petroquímica Básica*, gaz et produits pétrochimiques de base, font partie du secteur pétrolier. *PEMEX* conservera son monopole constitutionnel sur les produits pétrochimiques «de base». Par contre, l'importance de ce monopole a progressivement été réduite.

PRODUITS CHIMIQUES «DE BASE» D'APRÈS LA LÉGISLATION MEXICAINE

Butane	Éthane
Heptane	Hexane
Naphthas	Penatanes
Propane	Matières premières pour le noir de charbon

Source : *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, société pétrolière d'État.

PEMEX Petroquímica, produits pétrochimiques, se consacre à la production de produits pétrochimiques autres que les produits de base. Cette entreprise a été créée spécialement pour s'occuper des produits qui sont ouverts à la concurrence du secteur privé.

Cette filiale a éprouvé des difficultés à rationaliser ses activités pour s'adapter aux nouvelles politiques commerciales libéralisées. La liste des produits pétrochimiques de base réservés à l'État a été réduite de 20 produits en 1989 à huit en 1992. La société a également été pénalisée par les prix réglementés qui reviennent en réalité à subventionner le consommateur. Elle a perdu 738 N \$ millions de pesos en 1993 mais a par la suite, en 1994, réussi à générer un petit profit de 202 N \$ millions de pesos sur un chiffre d'affaires supérieur à 7 N \$ milliards de pesos.

Petróleos Mexicanos (PEMEX), la société pétrolière d'État, a annoncé son intention de commencer à se retirer du domaine des produits pétrochimiques secondaires au début de 1993. Les dirigeants déclaraient alors vouloir fermer certaines usines et en privatiser d'autres. Ce processus a été retardé à cause de la faiblesse des prix mondiaux des produits pétrochimiques. Au lieu de vendre les usines à très bas prix lorsque la privatisation a été annoncée, certaines ont été tout simplement fermées en attendant que le marché reprenne. Ces projets ont maintenant été réactivés et, au début de 1995, le gouvernement s'efforçait de privatiser 61 usines pétrochimiques.

Des sociétés mexicaines seront créées pour exploiter chaque installation. *PEMEX* conservera le droit d'acheter des parts minoritaires de ces sociétés mais s'en débarrassera une fois que la période de transition au secteur privé sera terminée.

Plusieurs grandes multinationales seraient intéressées à acheter des usines de *PEMEX*. La plupart des observateurs estiment que ce sont les partenariats entre des sociétés étrangères et mexicaines qui ont le plus de chances d'emporter ces contrats d'achat.

**PRODUCTION DE SUBSTANCES PÉTROCHIMIQUES DE *PEMEX*,
PRODUITS PÉTROCHIMIQUES, 1994
EN MILLIERS DE TONNES**

Dérivés du méthane	5 927
Dioxyde de carbone	3 213
Ammoniac	2 468
Méthanol	185
Éther méthylique du tert-butanol (EMTB)	61
Dérivés de l'éthane	3 048
Éthylène	1 317
Dichloroéthane	356
Polyéthylène basse densité	341
Oxyde d'éthylène	280
Acétaldéhyde	219
Chlorure de vinyle	212
Polyéthylène haute densité	202
Éthylène glycol	113
Perchloroéthylène	8
Composés aromatiques et dérivés	1 701
Xylène	339
Toluène	283
Benzène	247
Paraxylène	263

suite à la page suivante

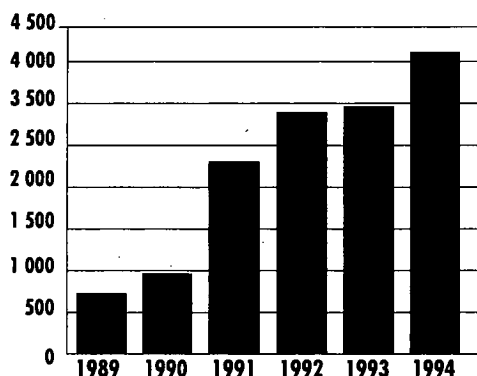
Éthybenzène	160
Styrène	143
Aromina 100	104
Huiles lourdes de distillation	64
Orthoxylène	50
Cumeno	43
Huile de fluxage	5
Propylène et dérivés	345
Acrylonitrile	161
Polypropylène	76
Propylène	67
Acide cyanhydrique	20
Isopropanol	17
Acétonitrile	4
Autres	2 046
Pentane	822
Oxygène	456
Rafinado II	214
Acide chlorhydrique	141
Azote	110
Produits pétrochimiques polymériques	132
Hexane	58
Butane brut	50
Acide chlorhydrique	15
Heptane	13
Hydrogène	18
Tétrachlorure de carbone	13
Principaux produits pétrochimiques	4
Total	13 067

Source : Petróleos Mexicanos (PEMEX), société pétrolière d'État, Memoria de Labores, 1994.

LE RÔLE DES IMPORTATIONS

IMPORTATIONS MEXICAINES DE PRODUITS DU PLASTIQUE

En millions de dollars US



Source : Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI),
Secrétariat au commerce et au développement industriel,
1995.

Au cours des quatre années qui se sont terminées en 1994, les importations mexicaines de produits du plastique ont quadruplé pour atteindre plus de quatre milliards de dollars US. Les exportations du Canada ont augmenté de 62 pour 100 en 1994, mais, en termes absolus, elles sont encore faibles.

Jusqu'à récemment, le Mexique n'était pas un gros importateur de produits du plastique ni de matières premières. Avant la fin des années 1980, le secteur national s'était développé dans le cadre de politiques protectionnistes qui favorisaient l'autosuffisance. De plus, la demande était faible en comparaison des normes canadiennes parce que le Mexique n'avait que lentement remplacé les produits traditionnels comme le métal, le papier et le bois par le plastique.

Cette situation a évolué rapidement en 1988 quand le gouvernement mexicain a modifié sa politique et libéralisé unilatéralement les échanges. Le pays est devenu membre à part entière de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). Le plafond des tarifs douaniers a été abaissé de 100 à 20 pour 100 et le système de permis d'importation pour les produits de haute technologie a été abandonné. L'objectif du gouvernement était de moderniser l'économie qui, avec les politiques protectionnistes, s'était développée sans améliorer la productivité.

Dans le cas du plastique, cela a eu des résultats frappants. Les importations de produits du plastique ont noyé le marché, obligeant les fabricants à accroître simultanément leur efficacité et la qualité de leurs produits. Les fabricants de matières premières ne pouvaient plus répondre à la demande, en particulier pour les produits de pointe, et nombre de fabricants de produits du plastique ont été contraints d'importer leurs matières premières. La disponibilité des nouveaux produits a contribué à accroître la consommation par habitant qui est passée de 21,6 kilogrammes en 1990 à 26,0 en 1994. Les importations totales de produits du plastique, y compris les matières premières, les produits semi-finis et finis, ont quadruplé en quatre ans, passant de 990 millions de dollars US en 1990 à 4,1 milliards en 1994. En 1994 seulement, les importations ont augmenté de plus de 19 pour 100.

C'est dans les domaines des produits finis et semi-finis du plastique qu'on a enregistré les augmentations les plus importantes puisque celles-ci ont été multipliées par huit au cours de la période de cinq ans qui s'est terminée en 1994 pour atteindre trois milliards de dollars US. Les importations de résine et d'autres matières premières ont augmenté de 541 millions de dollars US en 1989 à plus de 1,2 milliard en 1994, une augmentation de 218 pour 100.

Les importations de matières premières comblent, pour l'essentiel, la demande des types de produits pour lesquels le Mexique n'est pas autosuffisant. On ne produisait pas de polypropylène au Mexique avant 1991 et le pays continue à dépendre des importations pour une grande diversité de produits. En 1994, les résines importées représentaient environ le tiers du marché.

Les importations de produits finis et semi-finis du plastique ont augmenté dans la plupart des catégories. Les exceptions marquantes à cette règle sont les tubes et tuyaux, rigides et flexibles, et les raccords dont les importations ont diminué au cours des trois dernières années.

Les importations les plus importantes, tant de produits finis que de matières premières, proviennent des États-Unis. En 1994, la part du marché des États-Unis était d'environ 87 pour 100 dans les deux catégories.

De façon traditionnelle, les ventes du Canada n'étaient pas très importantes. Si nos exportations ont augmenté rapidement au cours des dernières années, elles restent petites en termes absolus puisque leur valeur était inférieure à 40 millions de dollars US en 1994. Les exportations totales de produits du plastique à destination du Mexique ont augmenté de 28 pour 100 en 1993 et d'un autre 62 pour 100 en 1994. Environ un tiers des exportations du Canada, en 1994, étaient composées de matières premières. Cette catégorie comprenait essentiellement des polymères d'éthylène qui représentaient à eux seuls 22 pour 100 du total des exportations.

Dans la catégorie des produits finis et semi-finis, les groupes de produits les plus importants étaient les plaques, les feuilles, les pellicules, les rubans et les bandes qui composent les catégories 3919 et 1920 du Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Les emballages et les produits d'emballage constituent une autre catégorie importante d'exportations, même si leurs ventes ont diminué légèrement au cours des dernières années. Les ventes de produits complètement finis comme les ustensiles de cuisine ont augmenté mais, en termes absolus, leur valeur totale reste faible. La part canadienne du marché des importations en 1994 était d'environ un pour cent pour les matières premières et légèrement moins dans le cas des produits finis et semi-finis.

IMPORTATIONS MEXICAINES EN MILLIONS DE \$ US

	1992	1993	1994
Résines et autres produits primaires	879	979	1 189
Polymères d'éthylène	199,0	245,8	313,6
Polymères de propylène et autres oléfines	130,4	117,7	132,0
Polymères de styrène	77,9	107,3	130,8
Polymères de chlorure de vinyle ou autres oléfines halogénées	38,8	36,8	43,6
Polymères d'acétate de vinyle ou autres esters de vinyle	41,4	44,6	45,3
Polymères acryliques	62,3	72,4	92,6
Polyacétales	116,5	131,5	168,6
Polyamides	13,5	15,4	22,8
Aminoplastes, résines phénoliques et polyuréthannes	32,6	36,0	44,6
Silicones	53,6	59,0	75,9
Autres résines	16,0	14,6	19,6
Cellulose et dérivés	38,9	39,5	43,3
Polymères naturels et produits connexes	47,9	50,8	49,1
Échangeurs d'ions	10,6	7,5	7,1

suite à la page suivante

	1992	1993	1994
Produits de plastique	2 447	2 488	2 947
Déchets, rognures et chutes	2,9	2,1	3,5
Monofilaments, tiges, bâtons et profils	8,6	9,3	10,2
Tubes, tuyaux et raccords	230,6	176,7	198,2
Recouvrements de plancher	8,5	9,9	11,9
Plaques, feuilles, pellicules, bandes et rubans auto-adhésifs	109,8	117,2	155,5
Plaques, feuilles, pellicules, bandes non cellulaires et non renforcées	241,4	280,8	351,6
Autres plaques, feuilles, pellicules et bandes	159,6	178,5	207,0
Baignoires, douches, lavabos, etc.	8,7	8,2	9,3
Emballages et produits d'emballage	322,7	328,6	434,4
Articles de table, de cuisine et autres articles ménagers	56,1	78,9	95,5
Articles de construction	14,7	19,3	17,8
Fournitures de bureau et fournitures scolaires	10,4	12,6	13,7
Vêtements	28,8	28,3	27,9
Accessoires pour mobilier	8,6	11,1	18,6
Statuettes et autres articles ornementaux	6,5	8,2	11,5
Autres articles de plastique	1 229,1	1 218,7	1 380,9
Totaux	3 326	3 467	4 136

Sources : Données sur les importations du gouvernement du Mexique et base de données sur le commerce mondial de Statistique Canada.

IMPORTATIONS DU MEXIQUE EN PROVENANCE DU CANADA EN MILLIERS DE \$ US

	1992	1993	1994
Résines et autres produits primaires	3 678	6 465	12 835
Polymères d'éthylène	1 495,9	4 068,2	8 649,9
Polymères de propylène et autres oléfines	831,2	377,9	593,5
Polymères de styrène	113,1	41,2	21,7
Polymères de chlorure de vinyle ou autres oléfines halogénées	96,2	797,6	1 011,1
Polymères d'acétate de vinyle ou autres esters de vinyle	0,0	2,6	8,1
Polymères acryliques	6,4	77,3	822,4
Polyacétales, etc.	748,2	752,5	1 037,9

suite à la page suivante

	1992	1993	1994
Polyamides	2,3	1,6	80,3
Aminoplastes, résines phénoliques et polyuréthannes	188,0	156,7	180,4
Silicones	96,1	23,7	80,0
Autres résines	3,3	3,6	2,3
Cellulose et dérivés	42,6	96,6	7,9
Polymères naturels et produits connexes	2,2	48,7	333,5
Échangeurs d'ions	52,9	17,1	6,2
Produits de plastique	15 250	17 687	24702
Déchets, rognures et chutes	0,0	8,9	31,5
Monofilaments, tiges, bâtons et profils	6,9	5,1	16,0
Tubes, tuyaux et raccords	1 053,0	799,6	1 509,8
Recouvrements de plancher	50,5	41,7	88,0
Plaques, feuilles, pellicules, bandes et rubans auto-adhésifs	2 534,8	2 966,4	5 950,5
Plaques, feuilles, pellicules, bandes non cellulaires et non renforcées	2 404,9	4 280,1	5 130,3
Autres plaques, feuilles, pellicules et bandes	215,6	343,8	473,8
Baignoires, douches, lavabos, etc.	5,5	22,2	84,1
Emballages et produits d'emballage	5 584,3	5 594,9	4 830,5
Articles de table, de cuisine et autres articles ménagers	224,4	86,4	1 451,6
Articles de construction	1 816,6	1 040,9	1 453,6
Fournitures de bureau et fournitures scolaires	7,5	6,9	8,6
Vêtements	4,9	9,0	24,6
Accessoires pour mobilier	127,5	492,7	165,6
Statuettes et autres articles ornementaux	16,2	3,0	13,4
Autres articles de plastique	1 198,0	1 985,4	3 469,7
Totaux	18 928	24 152	37537

Sources : Données sur les importations du gouvernement du Mexique et base de données sur le commerce mondial de Statistique Canada.

LES CLIENTS

Le secteur de l'emballage est le plus important consommateur de produits du plastique. Les usines de transformation des aliments et des boissons sont les plus importants emballeurs, suivis par les entreprises des secteurs des cosmétiques et des produits de toilette.

LES PRODUITS FINIS ET SEMI-FINIS

Les plus importants consommateurs de produits du plastique sont le secteur de l'alimentation et des boissons et l'industrie de l'automobile. Le secteur de la construction a, de façon traditionnelle, été un grand utilisateur de plastiques mais il est actuellement dans un profond marasme à la suite de la dévaluation du peso. Les secteurs des cosmétiques et des produits de toilette sont également un important utilisateur d'emballages de plastique.

PRINCIPAUX MARCHÉS DU PLASTIQUE, 1994

	En pourcentage
Emballage	42,3
Construction	22,9
Produits pour la maison et le bureau	7,9
Automobile	5,0
Vêtements et chaussures	4,5
Produits électriques et électroniques	3,3
Autres	14,1
Total	100

Source : Asociación Nacional de las Industrias del Plástico, (ANIPAC), Association nationale de l'industrie du plastique.

LE SECTEUR DES ALIMENTS ET DES BOISSONS

Le secteur mexicain de la transformation et de l'emballage des aliments est le plus important consommateur d'emballages de plastique. Environ 8 000 entreprises de transformation alimentaire sont inscrites auprès de la *Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)*, la Chambre nationale du secteur de la transformation. D'après les dirigeants de cette chambre, il y a plus de 40 000 sociétés additionnelles dans l'industrie qui ne sont pas inscrites. Il s'agit essentiellement de petites entreprises familiales. On évalue l'emploi total dans la transformation alimentaire à plus de 670 000.

Le secteur est dominé par un petit nombre de grandes entreprises dont le *Grupo Industrial Bimbo*, le *Grupo Maseca (GRUMA)* et *Herdez*. Il y a également une myriade d'entreprises dont la taille va de petite à micro qui fournissent les magasins du coin dans un rayon de quelques rues ou de quelques kilomètres.

Les sociétés familiales mexicaines qui sont devenues des leaders dans leur domaine aujourd'hui partagent l'espace de rayon des magasins avec un grand nombre de multinationales américaines et européennes comme Anderson Clayton, Nestlé et Danone.

Ces conglomérats étrangers ont le plus souvent des usines qu'ils exploitent au Mexique, ont instauré des coentreprises avec des partenaires mexicains ou accordé des licences pour commercialiser les produits de leurs marques à des sociétés mexicaines. Elles utilisent normalement des produits alimentaires mexicains mais doivent se fournir à l'étranger du pays pour répondre à leurs besoins en matière d'emballage.

Pendant de nombreuses années, les politiques protectionnistes mexicaines et les contrôles des prix en vigueur ont bloqué ou découragé l'investissement étranger dans le secteur des aliments et des boissons. Les fabricants mexicains bénéficiaient donc d'un marché captif. Depuis la fin des années 1980, la réduction des barrières tarifaires a permis de voir apparaître de nouveaux investissements étrangers ainsi que des stratégies dynamiques de création de coentreprises avec des entreprises étrangères de transformation des aliments. Ce secteur est maintenant l'un des plus concurrentiels du pays. Dans ce contexte, l'utilisation de techniques d'emballage de pointe est devenue un outil concurrentiel important.

PRINCIPAUX PRODUCTEURS D'ALIMENTS VENTES DE 1993 ET CLASSEMENT PARI MI LES 500 PLUS GRANDES SOCIÉTÉS MEXICAINES

Classement	Société	Ventes (En millions de \$ US)
9	Grupo Industrial Bimbo	1 516
10	Compañía Nestlé	1 383
50	Anderson Clayton	474
34	Grupo Industrial Maseca	473
84	Sigma Alimentos	383
75	Herdez	292
68	Ganaderos Productores de Leche Pura	284
96	Agrobios	174
—	Productos Carnation (élément du groupe Nestlé)	156
119	Lechera Guadalajara	130
123	Danone de México	124
128	Ingenio Tres Valles	109
154	Productos de Leche	96
153	Helados Holanda	89
159	Molinos Azteca	75
138	Corporación Azucarera de Tala	70
192	Derivados de Maíz Alimenticio	58
218	Laboratorios y Agencias Unidas	57
204	Ingenio Adolfo López Mateos	43
260	Aceite	37
Total		6023

Source : *Expansión*, 1994.

CLASSIFICATION DE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE

La *Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)*, la Chambre nationale du secteur de la transformation, répartit ses 8 000 membres du secteur alimentaire comme suit :

grandes entreprises, représentant moins de un pour cent des membres — environ 100 entreprises;

entreprises moyennes, représentant 18 pour 100 des membres — environ 1 400 sociétés; et

micro-entreprises, représentant 81 pour 100 des membres — environ 6 500 sociétés.

Il n'est pas rare d'avoir une concentration comparable au Mexique où il n'y a eu qu'un petit nombre de grandes entreprises à disposer des fonds suffisants pour investir afin de prendre de l'expansion au moyen d'acquisitions.

La domination des grandes sociétés est attestée par le magazine d'affaires respecté *l'Expansión*, qui précise que 35 entreprises du secteur alimentaire et 29 entreprises du secteur des boissons font partie des 500 plus grandes sociétés mexicaines, d'après leur volume de ventes en 1993.

PRINCIPAUX EMBOTELLEURS VENTES DE 1993 ET CLASSEMENT PARI MI LES 500 PLUS GRANDES SOCIÉTÉS MEXICAINES

Classement	Société	Ventes (En millions de \$ US)
44	Grupo Embotellador de México	424
64	Cervecería Moctezuma	328
85	Industria Embotelladora de México	189
97	Embotelladora Valle de Anáhuac	151
105	Grupo Embotelladoras Unidas	145
127	Embotelladora la Favorita	110
175	Embotelladora la Frontera	71
201	Compañía Embotelladora de Culiacán	51
223	Embotelladora San Luis	43
256	Embotelladora Guadiana	38
Total	1 550	

Source : *Expansión*, 1994.

La disponibilité de nouveaux produits importés, alliée à la demande des Mexicains de classe moyenne qui ont voyagé et qui ont des goûts sophistiqués, ont exercé des pressions sur les entreprises de transformation d'aliments pour qu'ils mettent au point de nouvelles gammes de produits emballés de façon attrayante pour faire concurrence aux importations. L'augmentation de la demande pour les produits alimentaires prêts à consommer devrait se poursuivre pendant longtemps au siècle prochain. Les transformateurs mexicains d'aliments se réorganisent maintenant pour tenter de faire face à cette augmentation rapide du marché et à sa sophistication de plus en plus poussée.

On signale que, malgré la crise économique, les entreprises de transformation des boissons ont conservé sensiblement le même niveau de demande de matières premières. Le Mexique est le plus important consommateur de boissons par habitant du monde après les États-Unis. Les bouteilles de polyéthylène téréphtalate (PET) gagnent en popularité.

LE SECTEUR DE LA CONSTRUCTION

Le marché de la construction et des produits de construction se répartit en trois grands groupes au Mexique :

- les entreprises de construction;
- les organismes de travaux publics au gouvernement fédéral, dans les gouvernements des États et dans les administrations municipales et les sociétés d'État; et
- le marché non structuré ou de consommation.

Le secteur mexicain de la construction embauche deux millions de travailleurs répartis dans environ 18 000 entreprises. Il est dominé par un petit nombre de grandes entreprises parmi lesquelles les 300 plus importantes accaparent plus de la moitié de la valeur de la production totale. Parmi les plus grandes, un petit nombre ont des ventes annuelles de l'ordre du milliard de dollars US. Ces entreprises travaillent aussi bien à l'étranger qu'au Mexique.

Les plus grandes entreprises de construction sont les plus importants acheteurs de matériaux de construction importés. Ce sont elles qui ont le plus de chances d'acheter les produits les plus sophistiqués et la gamme la plus variée de produits. On peut en donner comme exemples les peintures acryliques, les tuyaux de plomberie en PVC et les éléments de finition en plastique. Au cours des dernières années, ils ont exercé une influence plus importante sur les décisions d'achat alors que le rôle du gouvernement évoluait. De façon traditionnelle, le gouvernement fédéral et ceux des États agissaient comme des entrepreneurs généraux dans le cas des projets de travaux publics. De plus en plus, les entrepreneurs du secteur public assument maintenant la responsabilité globale des projets alors que les gouvernements se contentent du financement et de la promotion.

Les plus grandes entreprises de construction sont très diversifiées. Elles fournissent des services d'ingénierie et de sous-traitance et fabriquent aussi parfois un grand nombre des matériaux de construction qu'elles utilisent. Il n'est pas rare pour elles de créer des divisions distinctes pour fabriquer des produits dont la demande est élevée. Cela en fait des candidats parfaits pour les alliances technologiques ou les autres types de coentreprises avec des producteurs canadiens.

LE SECTEUR DE LA CONSTRUCTION, 1992

Catégorie (ventes en millions de \$ US)	Nombre de sociétés	Pourcentage de sociétés	Valeur de la production	Pourcentage de la production (En millions de \$ US)
jusqu'à 1	14 527	80,49	3 500	32
de 1 à 3,3	2 609	14,46	900	8
de 3,3 à 6,7	614	3,40	500	5
plus de 6,7	299	1,66	6 100	55
Total	18 049	100	11 000	100

Source : Cámara Nacional de la Industria de la Construcción (CNIC), Chambre nationale de l'industrie de la construction.

LES DIX PLUS IMPORTANTES ENTREPRISES DE CONSTRUCTION DU MEXIQUE

Classement (En millions de \$ US)	Société	Revenus en 1992	Emplacement du siège social	Nombre d'employés
1	Empresas ICA Sociedad Controladora	1 600	Mexico	38 000
2	Bufete Industrial Construcciones	340	Mexico	10 600
3	Compañía Contratista Nacional	160	Mexico	4 200
4	Grupo Contelmex	94	Mexico	600
5	Desarrollo Monarca	93	Mexico	1 100
6	Construcciones y Canalizaciones	68	État de Mexico	1 760
7	Grupo Calpan	53	Mexico	-
8	Constructor y Perforadora Latina	51	Mexico	439
9	Ingenieros y Contratistas	48	Mexico	2 500
10	FYPASA Construcciones	48	Mexico	490

Source : Obras, Enquête sur l'industrie, Mexico, septembre 1993.

Le tableau ci-contre donne la liste des dix plus grandes entreprises de construction au Mexique. Parmi les autres entreprises importantes, on peut citer *GUTSA Construcciones*, *Tribasa*, *Grupo Mexicano de Desarrollo* et *Grupo Protexa*.

On estime que les autres systèmes de construction qui combinent les matériaux non traditionnels et le béton devraient avoir de bonnes possibilités dans le secteur mexicain du logement. Au cours des dernières années, il y a eu un certain nombre de projets-pilotes dans lesquels on utilisait une combinaison de PVC et de béton. Les maisons construites avec ces éléments sont relativement peu coûteuses et peuvent être construites très rapidement, ce qui réduit les coûts de financement. D'après des spécialistes du domaine, ces systèmes de construction se heurtent toutefois à des obstacles considérables. Les Mexicains hésitent à utiliser le plastique parce que, à leurs yeux, ce n'est pas un produit solide. Les éléments en PVC doivent être importés, ce qui prend du temps et pose des problèmes pour le remplacement des pièces. Il faut également savoir que, très souvent, les ouvriers mexicains ne savent pas comment utiliser le PVC et il n'y en a que fort peu à être intéressés à apprendre.

Pour des raisons culturelles, les Mexicains sont très attachés aux techniques traditionnelles de construction comme la maçonnerie recouverte de stuc et de plâtre. Indépendamment de ces objections, la forte pénurie de logements au Mexique les contraindra éventuellement à changer d'attitude. D'après certaines évaluations, le pays a besoin de six millions d'unités de logement de plus, uniquement pour héberger convenablement la population actuelle. La vaste majorité des maisons mexicaines coûtent moins de 20 000 \$ US, au taux de change en vigueur après la dévaluation, et les produits de construction en plastique peuvent être concurrentiels dans cette gamme de prix.

Le marché des produits de bricolage, pour la construction de maisons et les rénovations, est également en expansion. Les grands magasins à rayons qui visent ce marché signalent que si c'est un volet encore jeune de leurs activités, il soulève un grand intérêt chez les consommateurs. Certains de ces grands magasins se sont aperçus que la majorité des participants aux ateliers qu'ils offrent pour apprendre à utiliser ces produits sont de petits entrepreneurs.

LE SECTEUR DE L'AUTOMOBILE

Le secteur mexicain des pièces d'automobiles est organisé en groupes. L'association nationale de l'industrie, *Industria Nacional de Autopartes (INA)*, l'Association nationale du secteur des pièces d'automobiles, représente les 140 plus grands fabricants de pièces et génère la plupart des statistiques du secteur. La majorité de ces entreprises sont réunies en 13 groupes qui établissent des liens entre fabricants et distributeurs. On ne dispose que de peu de renseignements sur les 400 entreprises restantes parce qu'il s'agit de petites entreprises, qui n'appartiennent pas à l'*INA* ni aux grands groupes. Il y a de plus environ 160 sociétés étrangères implantées dans les *maquiladoras*, le plus souvent dans la région frontalière du nord. Elles importent des pièces en franchise des États-Unis et exportent des éléments assemblés.

GROUPES DES PIÈCES, 1994

Nom du groupe	Affiliés
Grupo Bocar	13
Grupo Condumex	16
Grupo Echlin	7
Grupo Federal Mogul	4
Grupo ICA	3
Grupo Protexa	6
Grupo Ramirez	6
Grupo Rassini	3
Grupo Spicer	26
Grupo Summa	8
Grupo Tebo	12
Grupo Industrial Telleria	3
Grupo Vitro	3

Source : Association des industries de l'automobile du Canada (AIAC), 1994.

L'adoption de nouvelles politiques visant l'exportation au Mexique à la fin des années 1980 a fait grimper la consommation totale apparente de pièces de plus de 60 pour 100 au cours des trois années qui ont suivi.

Ce secteur des pièces comprend en vérité deux marchés distincts : les achats par les fabricants d'équipement d'origine et le marché des pièces de remplacement, des produits et des accessoires divers.

Les règles sur le contenu national qui s'appliquaient aux achats de pièces d'origine ont été fortement adoucies et seront éliminées progressivement dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA). Pour l'essentiel, les cinq grands constructeurs de voitures et de camions légers continuent à s'approvisionner dans le cadre de stratégies globales. À ce titre, les modifications découlant de l'ALÉNA n'entraîneront pas nécessairement l'apparition de nouveaux débouchés importants pour les producteurs indépendants. On signale de plus que ces grands fabricants s'efforcent de trouver des fournisseurs mexicains pour réduire leurs importations de pièces de plastique. Par contre, il pourrait y avoir davantage de débouchés dans les secteurs des autocars et des camions mexicains.

Le secteur des pièces de rechange pour automobiles connaît un plus grand dynamisme que le précédent parce qu'il regroupe un plus grand nombre d'entreprises. D'après l'INA, environ 30 pour 100 de la production locale de pièces va à ce domaine des pièces de rechange. En tenant compte des importations, ce marché secondaire accapare 40 pour 100 des ventes totales de pièces.

FABRICANTS DE VOITURES ET DE CAMIONS À ESSENCE AU MEXIQUE, 1992 EN POURCENTAGE DE PART DE MARCHÉ

	Voitures	Camions à essence	Exportations
Nissan	22,5	15,3	10,5
Chrysler	18,8	20,0	26,7
Ford	15,3	23,6	34,5
Volkswagen	32,0	5,3	8,7
General Motors	11,4	27,9	19,6
Total	100,0	92,1	100,0

Source : Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), Association nationale de l'industrie automobile.

FABRICANTS DE CAMIONS ET D'AUTOCARS AU MEXIQUE, 1992 EN POURCENTAGE DE PART DE MARCHÉ

Société	Camions diesel	Camions à essence	Autocars
Dina	21,5	4,4	33,5
Mercedes Benz	28,7	3,4	30,0
Kenmex	47,0	0,1	
TRAMOSA	0,7		3,2
Victor Patrón	2,1		
Mexicana de Autobuses			33,3
Total	100,0	7,9	100,0

Source : Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), Association nationale de l'industrie automobile.

LE SECTEUR DU DÉTAIL

La grande majorité des produits de plastique exportés au Mexique par des fournisseurs canadiens sont des matières premières ou des produits intermédiaires vendus aux fabricants mexicains qui les incorporent dans leurs produits finis. Certains produits finis comme les recouvrements de plancher et les accessoires pour salle de bain sont également vendus à des clients industriels. Il y a aussi une petite quantité de produits de consommation, dont le nombre augmente, qui sont distribués par des détaillants. Cela comprend par exemple des articles pour la table, pour la cuisine et d'autres articles ménagers. Les ventes de ces produits sont passées de 224 000 \$ US en 1992 à environ 1,4 million en 1994. Les autres produits vendus au détail sont les fournitures pour le bureau, la maison et l'école, et les vêtements.

Le secteur mexicain du détail est très diversifié. D'un côté, il est composé d'un nombre très élevé de petits commerces de détail qu'on peut catégoriser comme des «magasins du coin». On compte pratiquement 300 000 commerces de détail, ce qui revient à dire qu'il y a 300 habitants par commerce contre environ 900 au Canada. Par contre, le marché est en réalité dominé par de très grands supermarchés. Ceux-ci ne représentent que cinq pour cent du nombre de commerces, mais accaparent 40 pour 100 des ventes. Les spécialistes s'attendent à ce que la part de marché des supermarchés et des autres chaînes de magasins de détail s'accroisse encore pour atteindre environ 70 pour 100 au cours des quelques années à venir.

APERÇU DU SECTEUR MEXICAIN DU DÉTAIL

Type de commerce	Taille normale	Nombre de magasins
Hypermarchés	Plus de 1 500 mètres carrés	445
Supermarchés	Moins de 1 500 mètres carrés	1 215
Grands magasins traditionnels	Un comptoir	17 341
Petits magasins traditionnels	Un employé	154 522
Petits kiosques	—	98 472
Total		271 995

Source : Canada Parc International, 1994.

Les grossistes s'occupent de certains de ces produits mais, de plus en plus, les grandes chaînes de magasins de détail achètent directement des fournisseurs étrangers. Certains d'entre eux agissent également comme grossistes. Il y a cinq très grandes chaînes de supermarchés au Mexique. Trois d'entre elles, *Cifra*, *Gigante* et *Comercial Mexicana* ont une implantation nationale. En règle générale, les supermarchés mexicains consacrent moins d'un tiers de leur espace aux produits alimentaires. Les produits de santé et d'hygiène personnelle accaparent 30 pour 100 de leur superficie et les 40 pour 100 restants vont à des produits non alimentaires dont les batteries de cuisine et les articles ménagers.

La plupart des grandes chaînes de détaillants mexicains ont pris de l'expansion, surtout au moyen de coentreprises. En voici quelques exemples :

- *El Puerto de Liverpool*, une grande chaîne mexicaine de magasins à rayons a joint ses forces à celles de K-Mart. La coentreprise développe les *supermercados*, des supermarchés qui offriront à la fois des produits alimentaires et des vêtements bas de gamme. *Liverpool* prévoit investir plus de 300 millions de dollars dans cette entreprise et dans d'autres.
- *Cifra*, le principal détaillant mexicain, a conclu une coentreprise avec Wal-Mart. Ils ont l'intention d'investir 800 millions de dollars au cours des trois années à venir, surtout dans des magasins à rayons et des supermarchés. Cela augmentera l'espace de vente de *Cifra* de plus de 50 pour 100. Le chiffre d'affaires de *Cifra* en 1992 était de 3,7 milliards de dollars US répartis entre 238 magasins dont la plupart sont à Mexico.
- *Gigante*, la seconde chaîne mexicaine en importance, prévoit ouvrir des magasins entrepôts conjointement avec Carrefour of France. *Gigante* a 236 magasins répartis dans tout le pays. *Gigante* a également créé une coentreprise avec Fleming Co. pour ouvrir des magasins d'escompte.
- *Comercial Mexicana* et Price Club/Costco ont ouvert des magasins entrepôts en 1991 et continuent à chercher de nouveaux débouchés. *Comercial Mexicana* contrôle sa propre chaîne de supermarchés, plus *Sumesa* et Price Club. Elle a 133 magasins dans 30 villes. Soixante-quatre pour cent de son espace est situé à Mexico ou à proximité.
- L'antenne mexicaine de Sears Roebuck, *Sears de México*, dépensera plus de 35 millions de dollars au cours des cinq années à venir en ouvrant cinq ou six nouveaux magasins par année.
- Dillards et J.C. Penney prévoient ouvrir des magasins à Mexico en 1995. Dillards a maintenant conclu un accord de coentreprise avec *Cifra*.

On voit apparaître de nouveaux centres commerciaux de style américain partout à travers le pays. La plupart des grandes chaînes créent des coentreprises avec des détaillants étrangers.

LES RÉSINES ET LES MATIÈRES PREMIÈRES

Les principaux clients des résines et des matières premières sont les fabricants de produits de plastique. Certains producteurs mexicains de matières premières importent également afin de compléter leurs gammes de produits. De plus, l'annuaire de l'*Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC)*, l'Association nationale de l'industrie du plastique, donne la liste de 41 sociétés qui sont des distributeurs de matières premières ou d'équipement destiné à la fabrication du plastique, ou les deux.

ACCROISSEMENT DU MARCHÉ DES RÉSINES EN MILLIERS DE TONNES

	1990	1992	1994
Capacité installée	1 570	2 145	2 250
Production	1 250	1 600	1 670
Importations	400	570	650
Exportations	240	360	320
Consommation apparente	1 410	1 810	2 000

Source : Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC), Association nationale de l'industrie du plastique. Rapport annuel de 1995.

La consommation apparente de résines a augmenté de 42 pour 100 au Mexique entre 1990 et 1994 et elle était évaluée au cours de cette dernière année à deux millions de tonnes. Le marché a faibli en 1995 à cause de la crise économique qui a suivi la dévaluation du peso de décembre 1994. En particulier, le secteur de la construction a été durement touché par cette crise et la demande de produits du plastique a baissé également dans d'autres secteurs. Les grands fabricants mexicains de plastique s'efforcent de maintenir leurs niveaux de production en exportant. Cela devrait contribuer à alimenter la demande de matières premières dans une certaine mesure étant donné que les produits finis sont éventuellement exportés pour obtenir des devises fortes. Les grandes multinationales continuent à élargir leur production et certaines d'entre elles reprendront des éléments de *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État. Les nouvelles usines que construisent Shell, Eastman et Celanese ne devraient pas entrer en production avant le milieu de 1995 au plus tôt.

Les évaluations les plus récentes de la consommation apparente de chacune des résines en 1992 sont indiquées dans le tableau ci-contre. Au cours de cette année, les polyéthylènes à faible densité ont été les résines les plus utilisées, suivies des polyéthylènes à haute densité, des chlorures de polyvinyle, des polypropylènes et des polystyrènes.

CONSOMMATION DE RÉSINES DE PLASTIQUE, 1992 EN MILLIERS DE TONNES

Produit	Production	Importations	Exportations	Consommation
Polyéthylène à faible densité	354,8	70,2	7,4	417,6
Polyéthylène à haute densité	220,1	143,5	66,6	297,0
Chlorure de polyvinyle	407,2	26,1	201,4	231,9
Polypropylène	111,7	111,2	30,9	192,0
Polystyrène	115,6	42,3	8,6	149,3
Acrylique	81,4	25,4	10,3	96,5
Résines urées	67,5	2,0	0,6	68,9

suite à la page suivante

Produit	Production	Importations	Exportations	Consommation
Résines alkydes	64,0	0,4	0,4	64,0
Émulsions d'acétate de polyvinyle	46,1	6,0	2,8	49,3
Polyesters	34,8	17,3	7,4	44,7
Polyuréthanes	33,6	5,9	0,2	39,3
ABS et SAN	44,3	13,4	19,0	38,7
Polyéthylène téréphtalate	27,2	6,7	4,7	29,2
Résines phénoliques	17,5	5,6	0,4	22,7
Résines époxy	1,8	11,3	3,6	9,5
Polyéthylène faible densité linéaire	0	8,9	0	8,9
Résines mélamines	5,0	1,7	0,1	6,6
Échanges ioniques	2,2	3,0	0,2	5,0
Polyamides	1,4	3,2	0	4,6
Résines maléiques	4,0	0,1	1,3	2,8
Esthers de goudron	3,5	0,2	0,9	2,8
Résines furaniques et furaniques	2,4	0	0	2,4
Autres	20,1	77,2	15	82,3
Total	1 666,2	581,6	381,8	1 866,0

Source : Comisión Petroquímica Mexicana, Commission mexicaine des produits pétrochimiques, 1993.

UTILISATIONS DES PRINCIPALES RÉSINES EN POURCENTAGE DE L'UTILISATION TOTALE POUR CHAQUE RÉSINE

Polyéthylène à faible densité	%	Styrène — polymères	%
Films transparents	76	Conteneurs	44
Films industriels	8	Électronique de consommation	19
Articles ménagers	6	Construction	14
Tuyaux et tubes	5	École et maison	7
Emballages intérieurs de recyclage	5	Emballage	5
		Industrie	3
		Autres	8
Total	100	Total	100

suite à la page suivante

Polyéthylène à haute densité	%	PVC	%
Articles domestiques	37	Tubes et tuyaux	29
Grands conteneurs	19	Bouteilles	13
Boîtes	12	Pellicules souples	11
Loisirs	8	Décorations	9
Emballages pour aliments	6	Chaussures	8
Industrie	6	Câbles	5
Produits pharmaceutiques	5	Tuyaux flexibles	5
Conteneurs de taille moyenne	4	Revêtements de tissu	4
Autres	3	Pellicules rigides	3
		Autres	13
Total	100	Total	100

Source : Asociación Nacional de la Industria Química (ANIQ), Association nationale de l'industrie chimique.

LA CONCURRENCE

Les entreprises mexicaines peuvent fournir la plupart des produits de base en plastique mais l'industrie s'en remet aux importations pour une vaste gamme de matériaux de pointe.

Les fournisseurs américains et européens sont les principaux concurrents du Canada sur les marchés du plastique au Mexique. Les fabricants mexicains de produits de plastique finis et semi-finis sont en mesure de fournir le marché pour les produits bas de gamme, mais doivent s'en remettre aux importations pour les produits plus sophistiqués. Il en est de même pour les résines, domaine dans lequel le Mexique a une forte capacité de production avec les résines courantes, mais dépend des importations pour les produits plus récents et plus sophistiqués.

Les producteurs mexicains de résines et de matières premières ont suivi l'augmentation de la demande en installant de nouvelles capacités de production. C'est ainsi qu'on ne produisait pas de polypropylène au Mexique avant 1991, époque à laquelle *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, a commencé la production. En 1992, les importations de ce produit avaient diminué de moitié. De la même façon, les importations de polyéthylène à faible densité ont été nettement réduites quand les nouvelles installations de production de *PEMEX* sont entrées en service.

Il y a un trop grand nombre de producteurs de plastiques au Mexique pour qu'on puisse les énumérer ici, mais les principales associations du secteur publient des annuaires dans lesquels on peut trouver des contacts. S'il y a un grand nombre de sociétés familiales dans ce secteur, peu d'entre elles sont parvenues à l'avant-scène. Le plus souvent, les entreprises dominantes font partie de grandes multinationales ou sont intégrées à des réseaux d'alliances entre des sociétés mexicaines et étrangères. Les entreprises dont les noms suivent sont parmi les plus importantes :

- *Duroplast* est une grande société appartenant à des intérêts privés qui a deux coentreprises. L'une a été conclue avec Prince Corp., une société américaine, et l'autre avec *Iberofon Plásticos*, une entreprise espagnole.
- *International Professional* est un grand fabricant et une société de transformation appartient à des intérêts privés et fait partie du groupe *Industrias Plásticas Máximo*.
- *Reich*, le plus important recycleur mexicain, était au début un groupe familial qui adopte progressivement une gestion professionnelle.
- *Celanese Mexicana (Celmex)* fait partie du groupe Hoechst d'Allemagne. Au Mexique, il possède *Comtex*, *Univex*, *Derivados Macroquímicos*, *Novacel* et *Sales del Bajío*.
- *Empaques Plásticas Industriales (EPISA)* est un grand fabricant de produits d'emballage industriel en plastique. Cette entreprise qui appartient à des intérêts privés a très peu de concurrence au Mexique et achète plus des deux tiers de ses matières premières auprès de *PEMEX*. Il n'y a pas d'entreprise étrangère à faire concurrence dans le domaine de l'emballage industriel en plastique, ce qui fait que *EPISA* profite pratiquement d'un monopole. Par contre, elle est confrontée à des groupes d'achat puissants dans plus de dix secteurs industriels.

Parmi les autres sociétés qui ont des activités non négligeables au Mexique, on peut citer *BASF*, *DuPont*, *Eastman*, *Na Ya*, *ICI*, *Shell*, *Plastivex* et *Bocar*. Ces entreprises sont des sociétés de transformation, des producteurs et des fabricants de plastiques et de résines.

Les activités de *BASF Mexicana* relèvent en totalité de *BASF U.S.A.* L'entreprise est réputée au Mexique pour son niveau de service élevé. Elle assure à ses clients un soutien technique et une formation qui rend ceux-ci plus productifs et en fait de meilleurs consommateurs à long terme. *BASF* est également le distributeur de la machinerie *Sengel* pour la fabrication du plastique, un des principaux concurrents de *Husky*.

Les États-Unis sont de loin le plus important fournisseur de produits du plastique avec environ 87 pour 100 du marché des importations en 1994. Ils sont suivis de l'Allemagne, du Brésil et de la France. Le Canada a fourni environ un pour cent du marché de l'importation au cours de cette année.

Les entreprises canadiennes ne sont pas très connues dans le domaine du plastique. Les personnes du secteur interrogées à l'occasion de la rédaction de ce profil ont cité *NOVACOR* comme un important fournisseur de catalyseurs, de traitement antirouille et d'additifs protégeant contre les ultraviolets. On a aussi évoqué le fait que *Big'O* a fait une apparition brève qui s'est révélée un échec sur le marché mexicain.

Le petit nombre d'entreprises canadiennes qui ont persévéré sur le marché mexicain ont une bonne image et sont même considérées comme des leaders dans leur domaine de compétence. Par contre, les acheteurs mexicains ont signalé qu'il y a un manque général de visibilité et de suivi de la part des sociétés canadiennes au Mexique. Ils préfèrent traiter avec des sociétés américaines et européennes qui ont fait la preuve qu'elles veulent rester sur ce marché.

PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE RÉSINES PLASTIQUES

Altaresin	Kimex
Amoco	K.J. Quinn
BASF	Mobil Polymers
Bayer	Monsanto Chemical Co.
BF Goodrich	Nacional de Resinas
Borden	PEMEX
Borg-Warner Chemicals	Phillips Petroleum
Celanese	Plastiglas
Chevron Chemical	Plexchem International
Ciba Geigy	Policyd
Cyanamid	Polidesa
Dayton Chemicals	Polimar
Dow Chemicals	Polímeros de México
Du Pont de Nemours	Poliolos
EGC Corp.	Poliresinas Huettene Albertus
Egon Meyer	Química Hércules
Fenoquimia	Rebesa Química
Fuller	Reichhold Chemicals
Grupo Primex	Resinas de México
Himont	Resinas Sintéticas
Indelpro	Rohm & Haas
Industria Química Delgar	Shell
Industrias Resistol	Simon

Source : Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI), 1993 et entrevues, 1995.

LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS

Malgré la dévaluation du peso et la crise qui a suivi, il y a encore des débouchés pour les produits de pointe ou les produits spécialisés.

La crise économique a durement frappé les producteurs et les distributeurs les plus petits de produits et d'équipements pour le plastique. La production nationale a été réduite à la suite de la réduction de la demande des secteurs de la construction, de l'automobile, des articles ménagers et des autres secteurs qui ont été fortement pénalisés par la dévaluation du peso de décembre 1994. C'est ainsi qu'au cours de la première moitié de 1995, l'activité de construction a baissé de 70 pour 100 et les ventes d'automobiles ont diminué de 40 pour 100 par rapport à la même période en 1994. Les importations de résines se sont maintenues jusqu'à septembre 1995 à cause de la demande internationale pour ces produits. On s'attendait à ce que les ventes baissent au cours du dernier trimestre.

Certaines entreprises de taille moyenne qui se sont modernisées en 1994 se sont retrouvées à découvert avec d'importantes dettes en dollars alors que le peso était dévalué à la fin de l'année. Nombre d'entre elles ont disparu ou ont été reprises par des entreprises plus grandes.

Les sociétés qui résistent à la crise sont essentiellement celles qui exportent. Le niveau moyen d'exportation parmi les plus grandes entreprises est de 30 pour 100. La plupart d'entre elles ont accès aux marchés financiers étrangers et ont été en mesure d'entretenir leur équipement et de réaliser des économies d'échelle.

LES RÉSINES

La gamme des résines disponibles au Mexique est encore limitée. Cela s'explique en partie par l'absence de production locale d'un grand nombre de résines, mais aussi parce que certains importateurs n'offrent pas leurs gammes complètes de produits. Les entreprises mexicaines de transformation des plastiques sont très désireuses de découvrir de nouveaux produits et plusieurs coentreprises avec des sociétés étrangères devraient être mises sur pied pour leur permettre d'y accéder. On verra alors ces nouveaux produits sur le marché.

La demande pour les résines techniques, produites le plus souvent en faibles quantités à des coûts plus élevés que les résines ordinaires, est particulièrement forte au Mexique. Elles sont actuellement importées parce que les volumes de ventes sont trop faibles pour justifier l'utilisation des techniques de production de pointe que cela nécessite au Mexique. Les résines techniques utilisées au Mexique comprennent l'ABS, le PET, les polycarbonates, les résines acétaliques, les nylons, les polymères fluorés, les polyamides, les polyesters, les polyuréthanes, les résines époxy, les polyesters non saturés, les alliages et les mélanges.

Les additifs aux plastiques ont également des débouchés importants. Le Mexique dépend entièrement des importations et les fournisseurs étrangers de ces produits n'ont pas commercialisé leurs produits de façon dynamique.

D'après des évaluations publiées par le *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)*, le Secrétariat au commerce et au développement industriel, environ les deux tiers de la demande actuelle concernant quatre types de résines :

- les chlorures de polyvinyle (PVC);
- les polyéthylènes à haute et à faible densités;
- les polypropylènes; et
- les polystyrènes.

Parmi ceux-ci, d'après le *SECOFI*, la demande de PVC est en augmentation. Cet organisme signale également que la demande des résines d'urée formaldéhyde, d'émulsions d'acétate de polyvinyle et de PET pour bouteilles était forte au début de 1995.

On a réalisé des entrevues avec un petit groupe de fabricants de plastiques. Ils ont cité un certain nombre d'autres produits pour lesquels la demande est forte dont les nylons (un type appelé *Santo Prener*) et le Zytel. Un autre produit offrant de bonnes possibilités à long terme est la résine utilisée pour la production des conteneurs alimentaires en plastique non toxique et allant au four à micro-ondes. Le conseil d'ordre général que les spécialistes du domaine donnent aux entreprises canadiennes qui veulent s'intéresser au marché mexicain est de se concentrer sur des créneaux précis avec des produits novateurs faisant appel à des technologies spécialisées.

LES SERVICES

Le boum de la modernisation des cinq dernières années a été nettement freiné par la dévaluation du peso. Les taux d'intérêt sont très élevés et, quel qu'en soit le prix, le capital est rare. Seules les entreprises disposant de devises fortes continuent à acheter de l'équipement. Cela a été à l'origine de l'apparition d'un marché pour les services de conseils et de formation étant donné que les producteurs mexicains s'efforcent de tirer le meilleur parti de leurs investissements actuels.

La formation est l'un de ces services en demande. On a particulièrement besoin de celle qui permettra aux travailleurs d'utiliser l'équipement de façon plus efficace. Il faut aussi signaler que le personnel ne semble pas toujours convaincu des bienfaits de la maintenance préventive au Mexique et il faut assurer de la formation dans ce domaine également. On a aussi besoin de former des techniciens en réparation.

Certaines entreprises ont leur propre programme de formation interne. C'est ainsi que *Duroplast* profite des compétences de ses clients, dont Volkswagen, pour former ses employés.

La privatisation de 61 usines appartenant à *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, en cours actuellement, devrait faire apparaître le besoin de conseillers en administration et en finances. Ces usines ont un besoin absolu de modernisation. D'après un spécialiste, la plupart de l'équipement de *PEMEX* est vieux de vingt ans. Une fois que ces usines auront été séparées de l'entité *PEMEX*, on verra également apparaître la nécessité de rationaliser les installations restantes de *PEMEX* pour accroître leur efficacité.

On prend de plus en plus conscience au Mexique de la nécessité de recycler. L'industrie devra pour cela disposer de meilleures technologies ce qui fera apparaître une demande pour des services de conseils spécialisés.

LES BOUTEILLES EN PET

Un certain nombre de spécialistes interrogés pour la rédaction de ce profil ont mentionné que le PET est un produit offrant des possibilités particulièrement intéressantes. On estime qu'il remplacera progressivement les bouteilles en chlorure de polyvinyle (PVC) et en verre. On s'attend à ce que son utilisation augmente énormément dans les domaines des huiles comestibles, de l'eau et des boissons gazeuses.

Actuellement, Eastman détient 44 pour 100 de la part du marché de ce secteur, suivi par HCC avec 26 pour 100. Les deux entreprises ont des projets ambitieux pour accroître leur capacité de production. Shell prévoit ouvrir deux usines de PET d'ici 1998 mais, comme celles-ci devraient exporter, on ne prévoit pas que le Mexique disposera d'une capacité excédentaire à long terme.

Cette augmentation prévue de la consommation de PET viendra du remplacement des conteneurs en verre par des conteneurs en PET, ainsi que de l'augmentation du nombre de produits embouteillés sur les marchés de consommation. Les Mexicains consomment 168 litres de boissons gazeuses par personne par année. Les ventes d'eau embouteillée augmentent rapidement car les consommateurs s'inquiètent de leur santé et craignent l'environnement mexicain fortement pollué. Les Mexicains consomment également plus d'un milliard de litres d'huile comestible par année.

La demande de bouteilles jetables devrait l'emporter sur celle des produits réutilisables. Au Mexique, les bouteilles en PET servent de façon traditionnelle 15 fois, alors qu'elles servent 40 fois dans les autres pays. Cet écart s'explique par le fait qu'elles sont mal manipulées et parce que les Mexicains utilisent les bouteilles de boissons gazeuses à quantités d'autres fins, comme par exemple réservoirs d'essence ou comme ballons. Le faible taux de retour fait que les produits en PET réutilisables ne présentent généralement pas d'avantage économique et les producteurs préfèrent maintenant les contenants en PET non recyclable.

CROISSANCE DE LA CONSOMMATION DE PET EN TONNES

Secteur	1995	2000*
Boissons gazeuses	126 000	392 000
Huiles comestibles	27 000	92 000
Eau embouteillée	9 000	18 000
Aliments embouteillés	28 000	37 000
Boissons alcoolisées	12 000	14 000
Autres	55 000	65 000
Total	257 000	618 000

Note : Autres comprend le café, les jus, les détergents liquides, les produits pharmaceutiques et les produits de toilette.
* Projection

Source : Entrevues.

LES PRODUITS DE BRICOLAGE POUR LES AMÉLIORATIONS DES MAISONS

La culture du bricolage n'a pas encore pris racine au Mexique comme c'est le cas au Canada et aux États-Unis. Cela a une incidence sur les nouveaux produits servant à l'amélioration des maisons, souvent faits de plastiques. La main-d'œuvre compétente est relativement peu coûteuse et la plupart des Mexicains n'ont pas les compétences nécessaires pour bricoler correctement eux-mêmes.

Les détaillants estiment que le marché de ces produits de bricolage offre un avenir prometteur, même s'il faudra peut-être attendre dix ans pour qu'il se développe. La crise économique a contraint la plupart des consommateurs à envisager de procéder eux-mêmes aux réparations et aux rénovations à effectuer dans leur maison. Les consommateurs mexicains sont impressionnés par la vaste gamme de produits de bricolage disponibles et sont souvent séduits par la facilité que représente le fait d'avoir un aussi grand nombre de produits sous un même toit. Se rendre au magasin est souvent la seule possibilité de découvrir de nouveaux produits.

Les spécialistes du domaine estiment que le manque de compétences des consommateurs est encore un obstacle dans ce domaine et qu'il faudra beaucoup de temps pour que le public s'y habitue. La plupart des détaillants organisent des ateliers et rédigent même parfois leurs propres manuels d'instructions. Il est intéressant de signaler que les travailleurs occasionnels, à leur propre compte, constituent une partie importante des participants à ces ateliers. Ils obtiennent des contrats de propriétaires pour réaliser des projets d'amélioration et viennent ensuite avec leurs clients pour procéder aux achats.

Les produits de bricolage destinés directement aux clients devraient être simples à utiliser et comprendre des instructions précises rédigées en espagnol.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

Les sociétés qui respectent les normes canadiennes en matière de qualité et d'environnement ne devraient pas se heurter à des obstacles pour pénétrer le marché mexicain, même une fois la nouvelle réglementation appliquée.

Il n'y a pas actuellement de normes officielles touchant le secteur du plastique. Les plus importants fabricants mexicains s'efforcent d'adopter des normes volontaires de qualité respectant les lignes directrices de la législation fédérale. Il est également probable qu'on voie apparaître à l'avenir une réglementation dans ce domaine concernant le recyclage et les déchets dangereux.

LES NORMES DE QUALITÉ

En vertu de la *Ley Federal de Normalización*, la Loi fédérale de normalisation, de 1992, les ministères du gouvernement peuvent promulguer des *Normas Oficiales Mexicanas (NOM)*, normes officielles, pour fixer des normes techniques ou de qualité des produits vendus au Mexique. Les produits soumis à des *NOM* doivent être accompagnés d'un certificat de conformité quand ils arrivent au pays.

Il n'y a pas actuellement de normes obligatoires touchant le plastique, mais la loi précise que ce sont les secteurs concernés de l'économie, y compris celui des plastiques, qui doivent élaborer et appliquer leurs propres normes de qualité et de fonctionnement. Le secteur des plastiques s'efforce maintenant d'élaborer les politiques qui conviennent. Certaines des entreprises les plus importantes, comme *Duroplast*, ont déjà obtenu les normes ISO 9000 et 9002. Par contre, ce secteur a des problèmes qui lui sont propres. C'est ainsi que les matières premières, en particulier celles qui sont fabriquées par *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, sont de qualité variable de lot en lot et leur machinerie doit être en mesure de faire face à ces fluctuations. Le manque d'entretien régulier de la machinerie entraîne également des variations inacceptables des niveaux de qualité.

Certains gros acheteurs, dont ceux des secteurs de l'automobile et de l'emballage des aliments, vérifient régulièrement le fonctionnement de leurs fournisseurs pour s'assurer d'une qualité constante. On signale par exemple que Volkswagen est très pointilleux dans ce domaine.

Afin d'appliquer les exigences de normes volontaires pour un secteur d'activités prévues par la loi, la *Comisión Nacional para la Calidad del Plástico (CNCP)*, la Commission nationale pour la qualité du plastique, a été créée au début de 1995. Elle a pour objectifs d'élaborer des programmes de certification, de vérification et de formation technique dans tout le secteur. Elle organise des ateliers pour les entreprises participantes et cherche à élaborer des normes uniformes dans le cadre de la réglementation de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA).

Ce nouvel organisme a été financé au départ par l'*Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC)*, l'Association nationale de l'industrie du plastique, l'*Instituto de Tuberias Plásticas (ITP)*, l'Institut de l'industrie des tubes en plastiques et l'*Asociación Mexicana de Industrias de Tuberias Plásticas (AMITUP)*, l'Association mexicaine de l'industrie des tubes en plastique. Elle devait recueillir d'autre financement auprès des sociétés participantes mais la crise a fait disparaître ces nouvelles recettes.

LES DÉCHETS

D'après des sources gouvernementales, une nouvelle réglementation sera imposée en 1995 pour régir le rejet des effluents de la fabrication des résines de synthèse. Le sous-comité du *Comité Consultivo Nacional de Normalización para la Protección Ambiental*, le Comité national consultatif pour la normalisation en environnement, a travaillé à ce projet avec *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, le *Secretaría de Energía (SE)*, le Secrétariat de l'énergie, et le *Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP)*, le Secrétariat à l'environnement, aux ressources naturelles et à la pêche. La nouvelle norme fixera un plafond aux effluents polluants que les fabricants de résines de synthèse pourront rejeter.

LE RECYCLAGE

Au Mexique, les politiques d'achat gouvernemental sont censées favoriser et promouvoir le recyclage. Les observateurs ne semblent toutefois pas convaincus que ces politiques seront suivies. Un dirigeant de ce secteur s'est plaint qu'au lieu de fournir de l'aide, plusieurs organismes gouvernementaux découragent en réalité le recyclage en imposant des règlements prévoyant de jeter au nom de l'hygiène.

Le recyclage dans le secteur privé a été freiné par le manque de prise de conscience des consommateurs. On signale aussi que les magasins recherchant la clientèle de revenu intermédiaire à supérieur ont été réticents à offrir des produits recyclés parce que leurs clients se plaignent des variations de couleur que ces produits ont parfois.

KILMEX, CCH et EASTMAN ont fourni des fonds pour créer l'*Asociación para el reciclaje de PET (APREPET)*, l'Association pour le recyclage du PET. Il s'agit d'un groupe de pression privé qui visera à promouvoir et à influencer la législation touchant au recyclage des produits de PET.

Grupo Cifra, conjointement avec l'*Asociación Nacional de la Industria Química (ANIQ)*, l'Association nationale de l'industrie chimique, et l'*Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC)*, l'Association nationale de l'industrie du plastique, a mis au point un programme de recyclage pour les déchets de plastique que *Grupo Cifra* produit. Cet objectif est de réduire le coût des emballages et des sacs de plastique.

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Il est essentiel pour réussir à pénétrer le marché mexicain du plastique d'implanter une présence locale. Une coentreprise avec une société mexicaine est une façon de le faire rapidement.

Les entreprises canadiennes qui ont réussi au Mexique insistent pratiquement toujours sur la nécessité des contacts personnels. Les Mexicains aiment traiter leurs affaires avec des gens qu'ils connaissent et il est le plus souvent indispensable d'être implanté à long terme. Le partenariat est une façon efficace d'y parvenir. On peut pour cela passer par un agent, un distributeur, créer une coentreprise ou une autre forme d'alliance stratégique.

Au Mexique, ce sont en général les agents et les représentants locaux qui concluent les ventes, le plus souvent à commission, ou encore les affiliés mexicains des sociétés étrangères. Il faut décider si on passera par un agent, si on créera une coentreprise ou on conclura un accord de licence avec une société mexicaine.

LE FINANCEMENT

Les ventes de montants élevés sont souvent conclues au moyen de lettres de crédit. Celles de montants plus faibles sont réglées comptant ou au moyen du versement d'une avance de 50 pour 100 qui accompagne la commande et 50 pour 100 à la livraison. Il faut savoir quels sont les usages en matière de ventes et de financement de chaque organisme, en particulier dans le cas des organismes gouvernementaux, surtout que certains ont la réputation de payer leurs fournisseurs à plus de quatre-vingt-dix jours. Le recouvrement des montants en souffrance a été particulièrement difficile depuis la dévaluation du peso de décembre 1994.

LA DISTRIBUTION

Les canaux de distribution tendent à suivre ceux qui sont utilisés par *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, qui livre généralement à ses clients par voie ferroviaire. Les producteurs privés sont le plus souvent situés à proximité des usines de *PEMEX* et ont tendance à utiliser le même système ferroviaire pour livrer leurs produits. C'est un domaine dans lequel on utilise rarement les camions. Les importations en provenance des États-Unis ou passant par leur territoire sont le plus souvent expédiées par rail jusqu'à Laredo ou par mer jusqu'à Veracruz.

On verra bientôt apparaître de nouveaux réseaux de distribution maintenant que *PEMEX* n'a plus le monopole de la distribution des produits pétrochimiques secondaires. Un grand nombre des personnes interrogées ont estimé qu'il s'agit là d'un élément très positif parce que *PEMEX* avait la réputation de ne pas avoir un service fiable.

Avant la dévaluation, il y avait un grand nombre de distributeurs qui vendaient de l'équipement pour la fabrication du plastique et un grand nombre d'entre eux offraient également des matières premières. On signale qu'environ les trois quarts d'entre eux ont disparu avec la crise et certains producteurs de plastiques importent maintenant directement.

LES FOIRES COMMERCIALES

Un grand nombre de sociétés canadiennes ont pris contact pour la première fois avec le marché mexicain en participant à des foires commerciales pour présenter leurs produits et établir des contacts avec des partenaires éventuels. Les foires commerciales annuelles qui présentent un intérêt pour les fabricants canadiens de plastiques sont *Mexiplast* tenue à l'automne et *Plastimagen* au printemps. *Plastimagen* est prévu du 12 au 15 mars 1996.

ÉTUDE DE MARCHÉ

Ce profil de marché a été rédigé à partir de renseignements accessibles au public, y compris des rapports d'associations industrielles, combinés avec les résultats d'entrevues personnelles réalisées auprès d'intervenants dans ce domaine. Les entreprises voulant réaliser des études de marché pour des produits précis auront besoin de données plus détaillées.

L'*Instituto Mexicano de Plásticos Industriales (IMPI)*, l'Institut mexicain du plastique industriel, est un organisme privé qui cherche à recueillir des renseignements concernant l'évolution des marchés, y compris les technologies, les plastiques industriels au Mexique et en Amérique latine. Les activités de l'*IMPI* sont, entre autres :

- la réalisation d'études de marché et la préparation de rapports statistiques. Une copie d'un aperçu statistique de cinq pages sur le marché de 1995 coûte environ 1 000 \$ US;
- l'identification des propriétés et des utilisations de différents types de plastiques; et
- l'organisation de séminaires et de cours de formation, par exemple le *Congreso Inyección*, parrainé en partie par Husky en août 1995.

Les rapports statistiques de l'*IMPI* n'ont pas bonne réputation dans tous les secteurs de l'industrie. L'*Asociación Nacional de las Industrias del Plástico (ANIPAC)*, l'Association nationale de l'industrie du plastique et la *Comisión Nacional para la Calidad del Plástico (CNCP)*, la Commission nationale pour la qualité du plastique, ne conseillent pas de les acheter.

Une autre source de données sur l'industrie du plastique est *PRODE* (Promotion and Development). Ce consultant qui a son siège à Mexico vend des données statistiques obtenues essentiellement à l'occasion d'entrevues.

OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE

MINISTÈRES ET SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL (MAÉCI)

Le MAÉCI est le ministère du gouvernement fédéral canadien auquel il incombe le plus directement de travailler au développement des échanges commerciaux. Pour obtenir des conseils sur la façon d'exporter, on commencera par s'adresser à l'InfoCentre, qui est en mesure de donner des renseignements sur les programmes et les services touchant aux exportations. Ce centre aide à trouver rapidement des solutions aux problèmes d'exportation et à accéder au réseau de renseignements commerciaux du MAÉCI. Il peut aussi fournir aux entreprises intéressées des publications spécialisées dans le domaine des exportations.

InfoCentre

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500
Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

Le Secteur de l'Amérique latine et des Antilles s'occupe de la promotion des échanges commerciaux avec le Mexique. Il y a plusieurs délégués commerciaux à l'Ambassade du Canada à Mexico ainsi qu'aux consulats de Monterrey et de Guadalajara. Les délégués commerciaux peuvent fournir toute une gamme de services, comme présenter les sociétés canadiennes à d'éventuels clients au Mexique, fournir des conseils sur les canaux de commercialisation, aider ceux qui souhaitent participer à des foires commerciales, contribuer à trouver des sociétés mexicaines qui conviennent comme agent et compiler des renseignements de crédit et d'affaires sur les éventuels clients étrangers.

Le Secteur de l'Amérique latine et des Antilles Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

Édifice Lester B. Pearson
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-5547
Télécopieur : (613) 996-6142

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

Les Centres de commerce international sont répartis dans tout le pays afin que les entreprises implantées dans les régions puissent facilement s'y adresser pour obtenir diverses formes d'aide à l'exportation. Les centres relèvent du MAÉCI et comptent un délégué commercial au sein de leur personnel. Ils aident les entreprises à déterminer si elles sont ou non prêtes à exporter, à mener à bien leurs travaux de recherche et de planification des marchés. Leur personnel donne aussi aux entreprises l'accès aux programmes gouvernementaux conçus pour promouvoir les exportations et obtient l'aide de la Direction du développement du commerce à Ottawa et des conseillers commerciaux à l'étranger. Adressez-vous au Centre de commerce international le plus proche.

Terre-Neuve

Centre de commerce international
Place Atlantic
215, rue Water, bureau 504
C.P. 8950
St. John's (Terre-Neuve) A1B 3R9
Téléphone : (709) 772-5511
Télécopieur : (709) 772-2373

Île-du-Prince-Édouard

Centre de commerce international
Mail Confederation Court
134, rue Kent, bureau 400
C.P. 1115
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Téléphone : (902) 566-7400
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Centre de commerce international
1801, rue Hollis
C.P. 940, succursale postale «M»
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Téléphone : (902) 426-7540
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Centre de commerce international
1045, rue Main, unité 103
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 1H1
Téléphone : (506) 851-6452
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec Centre de commerce international
5, Place Ville-Marie, 7^e étage
Montréal (Québec) H3B 2G2
Téléphone : (514) 496-4636
Télécopieur : (514) 283-8794

Ontario Centre de commerce international
Édifice Dominion Public
1, rue Front Ouest, 4^e étage
Toronto (Ontario) M5J 1A4
Téléphone : (416) 973-5053
Télécopieur : (416) 973-8161

Manitoba Centre de commerce international
330, av. Portage, 8^e étage
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba) R3C 2V2
Téléphone : (204) 983-4540
Télécopieur : (204) 983-2187

Saskatchewan Centre de commerce international
Édifice S.J. Cohen
119, 4^e Avenue Sud, bureau 401
Saskatoon (Saskatchewan) S7K 5X2
Téléphone : (306) 975-5315
Télécopieur : (306) 975-5334

Alberta Centre de commerce international
**Le bureau d'Edmonton
dessert également les
Territoires du Nord-Ouest.*
Place Canada
9700, av. Jasper, pièce 540
Edmonton (Alberta) T5J 4C3
Téléphone : (403) 495-2944
Télécopieur : (403) 495-4507

Centre de commerce international
510, 5^e Rue S.-O., bureau 1100
Calgary (Alberta) T5P 3S2
Téléphone : (403) 292-6660
Télécopieur : (403) 292-4578

Colombie-Britannique Centre de commerce international
**Le bureau de Vancouver
dessert également le Yukon.*
300, rue West Georgia,
bureau 2000
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 6E1
Téléphone : (604) 666-0434
Télécopieur : (604) 666-8330

RÉSEAU MONDIAL D'INFORMATION SUR LES EXPORTATIONS (EXPORTATIONS WIN)

Exportations WIN est un système informatisé conçu par le MAÉCI pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à faire correspondre les besoins qu'ils y constatent aux capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit aux agents du gouvernement fédéral des renseignements sur les capacités, l'expérience et l'intérêt de plus de 23 000 exportateurs canadiens. Pour s'inscrire au réseau Exportations WIN, téléphonez au (613) 996-5701, ou télécopiez au 1-800-667-3802 ou (613) 944-1078.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION (PDME)

Ce programme s'efforce d'augmenter les ventes à l'exportation en participant aux coûts des activités lancées par l'industrie et destinées aux marchés d'exportation.

Le PDME peut fournir une aide financière allant jusqu'à 50 pour 100 des dépenses admissibles. Il est à noter qu'il s'agit d'une contribution remboursable et non d'une subvention, et qu'elle doit être préalablement approuvée par les autorités responsables. Les activités admissibles comprennent, entre autres :

- les stratégies de développement des marchés peuvent bénéficier d'une aide financière pour les voyages, la participation à des foires commerciales et les activités d'appui à la commercialisation, dans le cadre d'un des volets du plan de commercialisation de l'entreprise;
- les entreprises novices à l'exportation peuvent recevoir de l'aide pour cerner des possibilités précises d'exportation, soit au moyen de visites d'identification de marchés d'exportation ou de participations à des foires commerciales internationales;
- la préparation de soumissions pour des projets d'immobilisations à l'étranger dont les appels d'offres ont été lancés à l'échelle internationale; et
- les activités des associations commerciales ou industrielles nationales, qui ne sont pas des organisations de vente, menées pour le compte des sociétés qui en sont membres.

Le programme fournit également une aide pour certains types d'activités planifiées par les gouvernements comme les missions commerciales à l'étranger de représentants d'entreprises canadiennes et les missions d'acheteurs et de représentants gouvernementaux étrangers en visite au Canada qui peuvent influencer les ventes à l'exportation. Pour obtenir des renseignements de nature générale, téléphoner à l'InfoCentre au numéro 1-800-267-8376. Pour présenter une demande d'aide, s'adresser au Bureau du commerce international le plus près de chez vous.

FINANCEMENT INTERNATIONAL

Le MAÉCI vient en aide aux exportateurs canadiens qui s'efforcent d'instaurer des relations commerciales multilatérales financées par les institutions de financement internationales (IFI). Les exportateurs canadiens et les associations commerciales peuvent alors avoir accès à des données sur les marchés, parvenir à une meilleure compréhension de la concurrence et déterminer s'il est possible et rentable pour eux de s'attaquer à des marchés financés par une IFI. Le MAÉCI peut également fournir des renseignements et des conseils sur les programmes d'aide financés par le gouvernement canadien et aider les sociétés à élaborer des stratégies efficaces d'exportation. Pour de plus amples renseignements, s'adresser à la :

Direction des finances internationales
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-7251
Télécopieur : (613) 943-1100

PROGRAMME D'APPORTS TECHNOLOGIQUES (PAT)

Géré par le MAÉCI et pris en charge localement par le Conseil national de recherches, ce programme est conçu pour aider les entreprises canadiennes à localiser, acquérir et adopter les technologies étrangères en faisant la promotion de la collaboration internationale. Le ministère de l'Industrie (MI) contribue également à la promotion de ce programme. Les agents de celui-ci répondent aux demandes visant à déterminer l'origine et les possibilités de technologie pour instaurer la coopération entre des entreprises canadiennes et étrangères. Ce programme viendra également en aide aux sociétés canadiennes qui procèdent à des visites exploratoires à l'étranger afin d'identifier les technologies étrangères qui les intéressent et de négocier leur acquisition. Pour de plus amples renseignements, téléphonez au (613) 993-5326.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT

La Direction générale de l'investissement et de technologie s'affaire à promouvoir le Canada auprès des investisseurs étrangers comme une destination intéressante et concurrentielle pour leurs éventuels investissements. Elle encourage particulièrement ceux qui prennent la forme de nouvelles usines et de matériel, de coentreprises ou de partenariats stratégiques. La Direction cherche surtout à attirer des investissements qui font venir de nouvelles technologies au Canada, un élément-clé de la création de nouveaux emplois et de possibilités de développement économique. Elle aide également les entreprises canadiennes à trouver des partenaires d'investissement international et à accéder aux sources étrangères de capitaux et de technologies. La Direction générale de l'investissement et de la technologie assure un appui aux pdg de filiales canadiennes de multinationales qui cherchent à attirer au Canada les mandats de fabrication et de recherche-développement. En

outre, elle surveille et analyse les tendances d'investissement et la perception du Canada comme destination de ces investissements. La Direction travaille étroitement avec les directions géographiques du MAÉCI de même qu'avec les agents d'investissements en poste en l'étranger, les autorités provinciales et municipales ainsi qu'avec les organismes professionnels et commerciaux. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec la :

Direction générale de l'investissement et de technologie
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 995-4128
Télécopieur : (613) 995-9604

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE (MI)

Le MI s'est vu confier à sa création un vaste mandat pour améliorer la capacité concurrentielle de l'industrie canadienne en stimulant la croissance des entreprises canadiennes, en favorisant un milieu d'affaires juste et efficace tant pour les sociétés que pour les consommateurs et en encourageant le commerce dans les domaines de la science et de la technologie. En ce qui concerne les petites entreprises, ce ministère a été doté de responsabilités particulières :

- développer, mettre en œuvre et promouvoir des politiques nationales mettant l'accent sur la capacité concurrentielle internationale de l'industrie, l'amélioration du développement industriel, scientifique et technologique et l'amélioration de la productivité et de l'efficacité de l'industrie;
- promouvoir la mobilité des biens, des services et des facteurs de production au Canada;
- développer et mettre en œuvre des politiques nationales mettant l'accent sur l'entrepreneuriat ainsi que le lancement, la croissance et l'exportation des petites entreprises;
- élaborer et mettre en œuvre des politiques et des programmes nationaux concernant les avantages industriels découlant des politiques d'achats de biens et de services par le gouvernement du Canada; et
- promouvoir et fournir des services de soutien à la commercialisation des biens, des services et de la technologie provenant du Canada.

Les bureaux régionaux travaillent directement avec les sociétés canadiennes afin de promouvoir le développement industriel, scientifique et technologique. Ils aident leurs clients à tirer parti des possibilités sur un marché international concurrentiel en leur fournissant des services dans le domaine des renseignements d'affaires, du développement technologique et industriel ainsi que du développement commercial et des marchés. Le MI assure également la promotion et la gestion de tout un ensemble de programmes et de services.

Les bureaux régionaux du MI offrent les avantages particuliers suivants :

- l'accès aux renseignements et à l'expertise sur le commerce et la technologie;
- l'accès à des réseaux nationaux et internationaux;
- une base de connaissances du secteur industriel;
- des locaux communs avec les Centres de commerce international en liaison avec le MAÉCI et les représentations commerciales canadiennes à l'étranger;
- un intérêt particulier pour les nouvelles sociétés et les compagnies seuil; et
- des renseignements d'affaires.

Pour de plus amples renseignements, téléphonez au (613) 941-0222.

Matériaux de pointe et produits et matière plastique

Ministère de l'Industrie
235, rue Queen
9^e étage, Tour Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-3064
Télécopieur : (613) 952-4209

Centre de services aux entreprises

Ministère de l'Industrie
235, rue Queen, 1^{er} étage, Tour Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 952-4782
Télécopieur : (613) 957-7942

Service d'information sur l'ALÉNA

Ministère de l'Industrie
235, rue Queen, 5^e étage, Tour Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Télécopieur : (613) 952-0540

RÉSEAU D'APPROVISIONNEMENT ET DE DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES (RADAR)

Le RADAR est une base de données informatisée qui contient des renseignements sur 25 000 sociétés canadiennes. On y trouve des renseignements de base sur les produits, les services et les activités, qui sont utiles aux clients éventuels. Le système a été créé en 1980 par le ministère de l'Industrie (MI), conjointement avec les gouvernements provinciaux participants. Le RADAR devait, au début, permettre aux délégués commerciaux du MAÉCI dispersés dans le monde de trouver des sociétés canadiennes capables de tirer parti des

possibilités des marchés étrangers. Aujourd'hui, plus de 11 000 abonnés canadiens et internationaux utilisent le système pour trouver des fournisseurs canadiens. La majorité des abonnés sont des sociétés canadiennes. Pour obtenir de plus amples renseignements, composez le (613) 954-5031.

SERVICE DE RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

Ce service fournit aux entreprises canadiennes des renseignements détaillés sur les marchés, par produits. Il aide les entreprises à tirer parti des possibilités locales, d'exportation, de transfert de technologie et de nouveaux investissements dans le domaine de la fabrication. Les sociétés canadiennes utilisent ces renseignements pour prendre leurs décisions en ce qui concerne la fabrication, le développement de produits, la commercialisation et l'élargissement des marchés. Les renseignements peuvent être fournis de façon à répondre aux besoins spécifiques des clients. Des rapports particuliers précédemment publiés sont également disponibles sur demande. La base de données est mise à jour trimestriellement et annuellement. Ce service est offert gratuitement par télécopieur, courrier ou téléphone. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec la :

Direction générale de l'information stratégique

Ministère de l'Industrie
235, rue Queen, 1^{er} étage, Tour Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-5031
Télécopieur : (613) 954-1894

REVENU CANADA

La direction générale des programmes douaniers de Revenu Canada donne des renseignements sur l'ALÉNA en espagnol à son Bureau d'aide ALÉNA — espagnol. On peut également se procurer les publications de Revenu Canada ainsi que les avis des douanes en téléphonant ou en télécopiant au Bureau de renseignements ALÉNA. Pour plus d'information, communiquez avec :

Bureau d'aide ALÉNA — Espagnol
Téléphone : (613) 941-0965.

Bureau de renseignements ALÉNA
Revenu Canada
Direction générale des programmes douaniers
191, av. Laurier Ouest, 6^e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0L5
Téléphone : 1-800-661-6121, ou (613) 941-0965
Télécopieur : (613) 952-0022

AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL (ACDI)

Une source importante de financement éventuel des entreprises canadiennes au Mexique est le fonds spécial disponible par le canal de l'ACDI dans le cadre du Programme de coopération industrielle connu sous le nom d'INC. Ce programme vise à aider financièrement les sociétés du secteur privé canadien qui cherchent à établir des relations d'affaires à long terme comme des coentreprises ou à conclure des accords de licence dans des pays en développement. L'INC appuie donc le développement des liens avec le secteur privé mexicain. Il encourage les sociétés canadiennes qui échangent leurs compétences et leurs expériences avec des partenaires mexicains et d'autres pays. Toute une série de mécanismes de l'INC aident les entreprises à mettre en place des accords de collaboration mutuellement avantageux pour des transferts de technologie et des créations d'emplois au Mexique.

Cinq mécanismes de l'INC aident les entreprises canadiennes admissibles à réaliser des études et fournissent des conseils professionnels aux clients éventuels. Quand un projet concerne l'amélioration de l'environnement, le transfert de technologie, l'aide au développement pour les femmes, la formation ou la création d'emplois, il est fortement recommandé de s'adresser à l'ACDI dès le début du projet. Un critère important pour l'ACDI est que le projet crée des emplois au Mexique sans en menacer d'autres au Canada. En vérité, la plupart des projets qui ont reçu l'aide de l'ACDI ont entraîné des augmentations nettes d'emplois au Canada. Pour plus d'information, communiquez avec la :

Direction de la coopération industrielle
Agence canadienne de développement international
200, prom. du Portage
Hull (Québec) K1A 0G4
Téléphone : (819) 997-7905/7906
Télécopieur : (819) 953-5024

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE (APÉCA)

Les entreprises du Canada atlantique qui veulent exporter au Mexique peuvent être admissibles à l'aide de l'agence. Celle-ci travaille conjointement avec des entrepreneurs de la région atlantique dans le but de promouvoir une activité économique autosuffisante dans cette partie du pays.

L'APÉCA vient en aide aux entreprises qui veulent développer leurs marchés actuels en élaborant des plans de commercialisation. Les efforts de l'agence portent sur le suivi des possibilités commerciales découlant de l'évolution économique mondiale ainsi que sur des communications visant à promouvoir la région, des missions commerciales et des activités connexes et une meilleure coordination avec les organismes fédéraux et provinciaux qui ont un rôle à jouer dans les domaines des possibilités commerciales et des investissements. Pour de plus amples renseignements :

Agence de promotion économique du Canada atlantique
Centre Blue Cross
644, rue Main
C.P. 6051
Moncton (Nouveau-Brunswick) E1C 9J8
Numéro sans frais : 1-800-561-7862
Télécopieur : (506) 851-7403

DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST CANADA (DÉO)

DÉO assure la coordination des activités fédérales qui ont des conséquences sur la croissance de l'économie dans l'Ouest. Le ministère travaille en partenariat avec les gouvernements des provinces de l'Ouest, les associations d'affaires et industrielles et les communautés afin de stimuler l'économie de cette partie du pays.

Le programme «New Directions» contribuera à un meilleur positionnement des sociétés de l'Ouest sur les marchés d'exportation en améliorant leur compétitivité sur les marchés nationaux et mondiaux.

Le ministère n'accorde plus de prêts individuels aux sociétés; il cherche plutôt à créer des partenariats novateurs dans les secteurs public et privé. Ces partenariats pourront répondre aux divers besoins d'information, de services commerciaux et de capital des petites et moyennes entreprises, particulièrement dans les secteurs à forte croissance essentiels à la diversification de l'économie de l'Ouest canadien.

L'un des nouveaux produits axé sur le développement des exportations offert par DÉO est le programme de personnel en commerce international, une initiative fédérale-provinciale qui relie les sociétés d'exportation de l'Ouest et les nouveaux diplômés post-secondaires. Le programme atteint deux objectifs socio-économiques d'importance : fournir aux entreprises le personnel supplémentaire dont elles ont besoin pour pénétrer les nouveaux marchés, et donner aux nouveaux diplômés l'occasion d'acquérir une précieuse expérience. Les projets de développement des exportations acceptés dans le cadre de ce nouveau programme peuvent être planifiés sur une période d'une à trois années et seront admissibles à une aide financière pouvant totaliser entre 7 500 \$ pour un an et 37 500 \$ pour trois ans, par diplômé. Pour de plus amples renseignements, s'adresser à :

Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
Édifice Cargill
240, av. Graham, bureau 712
C.P. 777
Winnipeg (Manitoba) R3C 2L4
Téléphone : (204) 983-4472
Télécopieur : (204) 983-4694

SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS (SEE)

La SEE est un organisme financier ouvert à sa clientèle, dont l'objectif est d'aider les entreprises canadiennes à se tailler une place sur les marchés mondiaux. Elle offre une vaste gamme de services de gestion du risque, y compris des assurances et du financement, aux entreprises canadiennes et à leurs clients de par le monde.

Les programmes de la SEE entrent dans quatre grandes catégories :

- des assurances sur le crédit à l'exportation, couvrant les crédits à moyen et à long terme;
- des assurances et des garanties de bonne fin protégeant les exportateurs et les institutions financières en cas d'exécution des divers instruments de garantie de bonne fin émis généralement par des banques ou d'autres établissements de sécurité;
- des assurances sur les investissements à l'étranger couvrant, entre autres, les risques politiques auxquels les nouveaux investissements canadiens à l'étranger sont exposés; et
- le financement à moyen et à long terme des exportations pour les acheteurs étrangers de produits et de services canadiens.

La SEE a établi de solides relations avec les principaux organismes des secteurs public et privé au Mexique et en Amérique latine. Les exportateurs peuvent composer le (613) 598-2860 pour obtenir de plus amples renseignements.

Les petits exportateurs, dont les ventes à l'étranger ne dépassent pas un million de dollars CAN, peuvent s'adresser à l'équipe chargée des nouveaux exportateurs, au 1-800-850-9626.

Les exportateurs du secteur des technologies de l'information peuvent s'adresser à l'équipe des technologies de l'information de la SEE, au (613) 598-6891.

Pour de plus amples renseignements sur la gamme complète des services de la SEE, s'adresser à l'un des bureaux suivants :

Ottawa Société pour l'expansion des exportations
151, rue O'Connor
Ottawa (Ontario) K1A 1K3
Téléphone : (613) 598-2500
Télécopieur : (613) 237-2690

Vancouver Société pour l'expansion des exportations
One Bentall Centre
505, rue Burrard, bureau 1030
Vancouver (Colombie-Britannique)
V7X 1M5
Téléphone : (604) 666-6234
Télécopieur : (604) 666-7550

Calgary Société pour l'expansion des exportations
510, 5^e Rue S.-O., bureau 1030
Calgary (Alberta) T2P 3S2
Téléphone : (403) 292-6898
Télécopieur : (403) 292-6902

Winnipeg Société pour l'expansion des exportations
**Dessert*
la Saskatchewan. Winnipeg (Manitoba) R3C 0C4
330, av. Portage, 8^e étage
Téléphone : (204) 983-5114
Télécopieur : (204) 983-2187

Toronto Société pour l'expansion des exportations
Édifice de la Banque nationale
150, rue York, bureau 810
C.P. 810
Toronto (Ontario) M5H 3S5
Téléphone : (416) 973-6211
Télécopieur : (416) 862-1267

London Société pour l'expansion des exportations
Centre Talbot
148, rue Fullarton, bureau 1512
London (Ontario) N6A 5P3
Téléphone : (519) 645-5828
Télécopieur : (519) 645-5580

Montréal Société pour l'expansion des exportations
Tour de la Bourse
800, Carré Victoria, bureau 4520
C.P. 124
Montréal (Québec) H4Z 1C3
Téléphone : (514) 283-3013
Télécopieur : (514) 878-9891

Halifax Société pour l'expansion des exportations
Purdy's Wharf, Tour 2
1969, rue Upper Water, bureau 1410
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 3R7
Téléphone : (902) 429-0426
Télécopieur : (902) 423-0881

CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES

Les sociétés canadiennes qui souhaitent réussir sur le marché mexicain peuvent avoir besoin de technologies additionnelles pour améliorer leurs capacités concurrentielles. Le Conseil national de recherches du Canada travaille avec les sociétés canadiennes de toutes tailles pour élaborer et mettre en œuvre des technologies leur conférant des avantages économiques. Le Conseil supervise le Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI), un réseau national pour la diffusion et le transfert de technologies.

Le réseau PARI contribue au processus de développement, d'accession, d'acquisition, de mise en œuvre et d'utilisation de la technologie dans toute l'industrie canadienne. Ce réseau existe depuis cinquante ans et a acquis la réputation d'être un des programmes les plus souples et les plus efficaces du gouvernement fédéral. Le PARI tire parti d'un

vaste réseau regroupant plus de 190 bureaux dans près de 90 localités, de nombreux centres provinciaux de technologie, des laboratoires du Conseil de recherches même et d'instituts de recherche, les ministères du gouvernement fédéral et les agences de transfert technologique dans les universités canadiennes. Pour de plus amples renseignements, adressez-vous à :

Programme d'aide à la recherche industrielle

Conseil national de recherches du Canada
Chemin Montréal
Bâtiment M-55
Ottawa (Ontario) K1A 0R6
Téléphone : (613) 993-1770
Télécopieur : (613) 952-1086

CONTACTS IMPORTANTS AU CANADA

ORGANISMES PARRAINS

BAKER & MCKENZIE

Baker & McKenzie est une des plus importantes firmes juridiques internationales avec des bureaux dans 35 pays. Elle a actuellement quatre bureaux au Mexique, soit à Juárez, à Mexico, à Monterrey et à Tijuana. Outre ses services traditionnels, Baker & McKenzie aide ses clients à trouver des partenaires qui leur conviennent pour s'implanter au Mexique ou y élargir leurs activités. Pour de plus amples renseignements :

Baker & McKenzie

Avocats
Place BCE
181, rue Bay, bureau 2100
Toronto (Ontario) M5J 2T3
Téléphone : (416) 865-6910/6903
Télécopieur : (416) 863-6275

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

L'Institut canadien du plastique

5925 rue Airport
Bureau 250
Mississauga (Ontario) L4V 1W1
Téléphone : (905) 612-9997
Télécopieur : (905) 612-8664

L'Association canadien de fabricants produits chimiques

350 rue Sparks
Bureau 805
Ottawa (Ontario) K1R 7S8
Téléphone : (613) 237-6215
Télécopieur : (613) 237-4061

Le Conseil canadien pour les Amériques (CCA)

Le CCA est un organisme à but non lucratif. Il a été créé en 1987 pour promouvoir les intérêts commerciaux en Amérique latine et dans les Antilles. Le CCA assure la promotion d'événements et de programmes destinés à augmenter le volume des affaires et à mettre en place des réseaux de contacts entre le Canada et les pays de la région. Il publie également un bulletin d'information bimensuel.

Conseil canadien pour les Amériques

Bureaux de la direction
360, rue Bay, bureau 300
Toronto (Ontario) M5H 2V6
Téléphone : (416) 367-4313
Télécopieur : (416) 367-5460

Association des exportateurs canadiens

99, rue Bank, bureau 250
Ottawa (Ontario) K1P 6B9
Téléphone : (613) 238-8888
Télécopieur : (613) 563-9218

Association des manufacturiers canadiens
75, boul. International, 4^e étage
Etobicoke (Ontario) M9W 6L9
Téléphone : (416) 798-8000
Télécopieur : (416) 798-8050

Chambre de commerce du Canada
55, rue Metcalfe, bureau 1160
Ottawa (Ontario) K1P 6N4
Téléphone : (613) 238-4000
Télécopieur : (613) 238-7643

Forum pour la formation en commerce international Inc.
155, rue Queen, bureau 608
Ottawa (Ontario) K1P 6L1
Téléphone : (613) 230-3553
Télécopieur : (613) 230-6808

Centre d'information linguistique
240, rue Sparks, RPO
C.P. 55011
Ottawa (Ontario) K1P 1A1
Téléphone : (613) 523-3510

Service d'invitations ouvertes à soumissionner
C.P. 22011
Ottawa (Ontario) K1V 0W2
Téléphone : 1-800-361-4637 ou (613) 737-3374
Télécopieur : (613) 737-3643

Association canadienne de normalisation
178, boul. Rexdale
Rexdale (Ontario) M9W 1R3
Téléphone : (416) 747-4000
Télécopieur : (416) 747-4149

Conseil canadien des normes
45, rue O'Connor, bureau 1200
Ottawa (Ontario) K1P 6N7
Téléphone : (613) 238-3222
Télécopieur : (613) 995-4564

BUREAUX DU GOUVERNEMENT MEXICAIN AU CANADA

L'ambassade du Mexique et les bureaux consulaires mexicains peuvent fournir de l'aide et des conseils aux sociétés canadiennes sur la façon de faire des affaires au Mexique. Pour plus d'information, veuillez vous adresser aux bureaux suivants :

Ambassade du Mexique
45, rue O'Connor, bureau 1500
Ottawa (Ontario) K1P 1A4
Téléphone : (613) 233-8988
Télécopieur : (613) 235-9123

Consulat du Mexique à Ottawa
45, rue O'Connor, bureau 1500
Ottawa (Ontario) K1P 1A4
Téléphone : (613) 235-6665
Télécopieur : (613) 235-9123

AUTRES CONSULATS GÉNÉRAUX DU MEXIQUE AU CANADA

Consulat général du Mexique
2000, rue Mansfield, bureau 1015
Montréal (Québec) H3A 2Z7
Téléphone : (514) 288-2502/4916
Télécopieur : (514) 288-8287

Consulat général du Mexique
199, rue Bay, bureau 4440
C.P. 266, Succursale «Commerce Court Ouest»
Toronto (Ontario) M5L 1E9
Téléphone : (416) 368-2875/8141/1847
Télécopieur : (416) 368-8342

Consulat général du Mexique
810-1139, rue Pender Ouest
Vancouver (Colombie-Britannique) V6E 4A4
Téléphone : (604) 684-3547/684-1859
Télécopieur : (604) 684-2485

COMMISSIONS COMMERCIALES MEXICAINES À L'ÉTRANGER

La *Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)* est la commission commerciale du Mexique. Elle a des bureaux au Canada, où elle offre des services de crédit, de garanties d'exportation et de conseils aux sociétés mexicaines qui veulent faire des affaires au Canada.

BANQUES MEXICAINES AYANT DES BUREAUX AU CANADA

Banco Nacional de México (Banamex), Banco de Comercio (Bancomer) et Banca Serfin sont des banques du secteur privé qui offrent des services spécialisés par l'intermédiaire de leurs centres internationaux d'information sur le commerce. Ces centres sont branchés sur un réseau informatisé de communication qui leur donne accès à de nombreuses bases de données économiques, gouvernementales et financières à travers le monde. Ces banques sont implantées partout au Mexique et ont des bureaux à Toronto.

Banco Nacional de México (Banamex)
1, place First Canadian, bureau 3430
C.P. 299
Toronto (Ontario) M5X 1C9
Téléphone : (416) 368-1399
Télécopieur : (416) 367-2543

Banco de Comercio (Bancomer)
The Royal Bank Plaza
Tour Sud, bureau 2915
C.P. 96
Toronto (Ontario) M5J 2J2
Téléphone : (416) 956-4911
Télécopieur : (416) 956-4914

Banca Serfin
Place BCE, Tour du Canada Trust
161, rue Bay, bureau 4360
C.P. 606
Toronto (Ontario) M5J 2S1
Téléphone : (416) 360-8900
Télécopieur : (416) 360-1760

SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU MEXIQUE

SECTION DES AFFAIRES COMMERCIALES AMBASSADE DU CANADA À MEXICO

La Section des affaires commerciales de l'Ambassade du Canada à Mexico peut fournir une aide précieuse aux entreprises canadiennes qui souhaitent s'implanter au Mexique. Les délégués commerciaux connaissent bien le marché et feront tout en leur pouvoir pour aider une entreprise canadienne à s'installer au Mexique.

Note : Pour téléphoner à Mexico, il faut composer 0-11-52-5 devant les numéros locaux. Pour rejoindre les autres villes du Mexique, consulter la liste des indicatifs internationaux au début de votre annuaire téléphonique afin d'y trouver l'indicatif régional voulu.

Section des affaires commerciales
Ambassade du Canada au Mexique
Schiller No. 529
Apartado Postal 105-05
Col. Polanco
11560 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 724-7900
Télécopieur : 724-7982

Consulat canadien
Hotel Fiesta Americana
Local 30-A
Aurelio Aceves No. 225
Cól. Vallarta Poniente
44110 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : 616-6215
Télécopieur : 615-8665

Consulat canadien
Edificio Kalos, Piso C-1
Local 108A
Zaragoza y Constitución
64000 Monterrey, Nuevo León
Mexique
Téléphone : 344-3200
Télécopieur : 344-3048

PRINCIPAUX CONTACTS AU MEXIQUE

MINISTÈRES DU GOUVERNEMENT MEXICAIN

Secrétariat au commerce et au développement industriel
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)
Sub-Secretaría de Promoción de la Industria y el Comercio Exterior
Insurgentes Sur No. 1940 — P.H.
Col. Florida
01030 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 229-6560/6561, 229-6100
Télécopieur : 229-6568

Secrétariat au commerce et au développement industriel
Bureau des normes
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)
Dirección General de Normas
Av. Puente de Tecamachalco No. 6
Col. Lomas de Tecamachalco
53950 Tecamachalco, Estado de México
Mexique
Téléphone : 729-9300
Télécopieur : 729-9484

Secrétariat à l'environnement, aux ressources naturelles et à la pêche
Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP)
Periférico Sur No. 4209
Col. Jardines en la Montaña
14210 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 628-0602/0605
Télécopieur : 628-0643/0644

Bureau du procureur fédéral pour la protection de l'environnement
Procuraduría Federal para la Protección del Ambiente (PROFEPA)
Insurgentes Sur No. 1480
Col. Barrio Actípan
03230 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 524-2124/5477
Télécopieur : 534-7559

Institut national d'écologie
Instituto Nacional de Ecología (INECO)
Río Elba No. 20, Piso 16
Col. Cuauhtémoc
06500 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 553-9647, 553-9538
Télécopieur : 286-6625

Société pétrolière d'État
Petróleos Mexicanos (PEMEX)
Av. Marina Nacional No. 329
Col. Huasteca
11311 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 725-2200, 250-2611
Télécopieur : 625-4385

Bureaux d'achat de Houston
Petróleos Mexicanos (PEMEX)
3600 South Gessner, Suite 100
Houston, TX 77065
É.-U.
Téléphone : (713) 978-6269
Télécopieur : (713) 978-6298

Société pétrolière d'État
Petróleos Mexicanos (PEMEX), Exploración y Producción
Av. Marina Nacional No. 329
Torre Ejecutiva, Piso 41
Col. Huasteca
11311 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 531-6200, 2507723
Télécopieur : 254-4635

Société pétrolière d'État
Petróleos Mexicanos (PEMEX), Refinación
Av. Marina Nacional No. 329
Torre Ejecutiva, Piso 40
Col. Huasteca
11311 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 545-1463/9022
Télécopieur : 254-2679

Société pétrolière d'État
Petróleos Mexicanos (PEMEX), Gas y Petroquímica Básica
Av. Marina Nacional No. 329
Torre Ejecutiva, Piso 39
Col. Huasteca
11311 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 254-3823/4567
Télécopieur : 545-8091

Société pétrolière d'État
Petróleos Mexicanos (PEMEX), Petroquímica
Av. Marina Nacional No. 329
Torre Ejecutiva, Piso 35
Col. Huasteca
11311 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 250-8919/554-0935
Télécopieur : 254-2672

Société pétrolière d'État
Petróleos Mexicanos Internacional (PMI)
Av. Marina Nacional No. 329
Torre Ejecutiva, Piso 20
Col. Huasteca
11311 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 227-0010
Télécopieur : 227-0012

Sous-secrétariat à l'énergie
Coordinación de la Sub-Secretaría de Operación Energética
Francisco Márquez No. 160, Piso 4
Col. Condesa
06140 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 553-9099/9034
Télécopieur : 553-9108/09

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Institut mexicain du pétrole
Instituto Mexicano del Petróleo (IMP)
Eje Central Norte Lázaro Cárdenas No. 152
Col. San Bartolo
07730 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 368-5911/9333
Télécopieur : 368-4323/9112

Institut mexicain des plastiques industriels
Instituto Mexicano del Plástico Industrial, S.C. (IMPI)
Insurgentes Sur No. 954, Piso 1
Col. del Valle
03100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 669-3325
Télécopieur : 687-4960

Association nationale de l'industrie chimique
Asociación Nacional de la Industria Química (ANIQ)
Providencia No. 1118
Col. del Valle
03100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 230-5100/5121
Télécopieur : 575-8616/8691

Confédération mexicaine des chambres nationales de commerce
Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO)
Balderas No. 144, Piso 3
Col. Centro
06079 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 709-1559
Télécopieur : 709-1152

Confédération des chambres industrielles
Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN)
Manuel María Contreras No. 133, Piso 1
Col. Cuauhtémoc
06597 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 592-0529, 566-7822
Télécopieur : 535-6871

Chambre nationale de l'industrie de la transformation
Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)
Av. San Antonio No. 256
Col. Ampliación Nápoles
03849 México, D. F.
Mexique
Téléphone : 563-3400
Télécopieur : 563-5381

Chambre nationale de l'industrie de la construction
Cámara Nacional de la Industria de la Construcción (CNIC)
Periférico Sur No. 4839
Col. Parques del Pedregal
14010 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 665-0424, 424-7400
Télécopieur : 606-6720

Association nationale de l'industrie du plastique
Asociación Nacional de las Industrias del Plástico, A.C.
(ANIPAC)
Av. Parque Chapultepec No. 66-301
Col. El Parque
53390 Naucalpan, Estado de México
Mexique
Téléphone : 576-5547
Télécopieur : 576-5548

Association mexicaine de l'industrie des tubes de plastique
Asociación Mexicana de Industrias de Tuberías Plásticas, A.C.
(AMITUP)
Alabama No. 35
Col. Nápoles
03810 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 669-0510
Télécopieur : 687-3702

Commission nationale pour la qualité du plastique
Comisión Nacional para la Calidad del Plástico
Bulevar Toluca No. 40-A
Col. San Andrés Atoto
53500 Naucalpan, Estado de México
Mexique
Téléphone : 359-0140, 358-7992
Télécopieur : 358-7101

Association nationale des distributeurs de pneus et rechapés
Asociación Nacional de Distribuidores de Llantas y Plantas Renovadoras, A.C. (ANDELLAC)
Cuauhtémoc No. 206
Col. San Pedro Iztacalco
08220 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 696-7464/5654/1783
Télécopieur : 579-1124

Association nationale des importateurs et exportateurs de la République mexicaine
Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)
Monterrey No. 130
Col. Roma
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 564-8618/9218
Télécopieur : 584-5317

La Chambre de commerce du Canada au Mexique
Cámara de Comercio de Canadá en México
c/o Bombardier
Paseo de la Reforma No. 369, Mezzanine
Col. Juárez
06500 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 729-9903, 207-2400
Télécopieur : 208-1592

La Chambre nationale du commerce de Mexico
Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México
(CANACO)
Paseo de la Reforma No. 42
Col. Juárez
06030 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 592-2677/2665
Télécopieur : 705-7412, 592-3571

L'Association nationale des magasins à rayons
Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)
Homero No. 109, Piso 11
Col. Polanco
11560 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 254-6220/1714, 545-8803
Télécopieur : 203-4495, 250-2536

L'association nationale de l'industrie des pièces d'automobile
Industria Nacional de Autopartes, A.C. (INA)
Amatlán No. 19
Col. Condesa
06140 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 553-2224/0921
Télécopieur : 286-4101

L'Association mexicaine de l'industrie automobile
Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, A.C. (AMIA)
Ensenada No. 90
Col. Condesa
06100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 272-1144
Télécopieur : 272-7139

GRANDES SOCIÉTÉS MEXICAINES

Grupo Spicer

Bosques de Ciruelos No. 27
Col. Bosques de las Lomas
11700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 726-8101
Télécopieur : 726-8102

CONDUMEX

Miguel de Cervantes Saavedra No. 255
Col. Ampliación Granada
11520 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 328-5800
Télécopieur : 202-3380

Federal Mogul

Av. 1o de Mayo No. 147
Col. San Luis Tlatilco
53630 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 300-0666
Télécopieur : 300-0549

BOCAR, S.A. de C.V.

Cruz Verde No. 169-1-A
Col. Los Reyes Coyoacán
04330 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 689-7000
Télécopieur : 549-3459

Grupo Rassini, S.A. de C.V.

Vía José López Portillo No. 10
Col. San Francisco Chilpan
54940 Estado de México
Mexique
Téléphone : 872-3211
Télécopieur : 872-3258

Celanese Mexicana, S.A.

Av. Revolución No. 1425
Col. Tlacopac, San Angel
01040 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 325-5000
Télécopieur : 325-5405

México Inyectora para Plásticos (ARSA), S.A.

Av. de las Granjas No. 354
Col. San Sebastian Azcapotzalco
02050 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 561-5439, 352-0179
Télécopieur : 352-3425

Comtex

Av. Revolución No. 1425
Col. Tlacopac, San Angel
01040 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 325-5000
Télécopieur : 325-5405

UNIVEX

Carretera Panamericana Kilómetro No. 306
Apartado Postal 135
36700 Salamanca, Guanajuato
Mexique
Téléphone : 2-0416, 2-0083
Télécopieur : 2-0296

Derivados Macroquímicos (DEMACSA)

Av. Revolución No. 1425
Col. Tlacopac, San Angel
01040 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 325-5000
Télécopieur : 325-5405

Novacel

Av. Revolución No. 1425
Col. Tlacopac, San Angel
01040 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 325-5000
Télécopieur : 325-5405

Duroplast

Esfuerzo No.4-F
Col. Lázaro Cárdenas
53560 Naucalpan, Estado de México
Mexique
Téléphone : 358-2988, 576-7722
Télécopieur : 358-2881

Husky Injection Molding Systems México, S.A.

Sófocles No. 129
Col. Los Morales
11510 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 580-1287
Télécopieur : 557-0685

Reich Mexicana, S.A. de C.V.

Río Totolica No. 31
Col. Parque Industrial Naucalpan
53470 Naucalpan, Estado de México
Mexique
Téléphone : 312-2324, 300-6249
Télécopieur : 300-6279/0379

BASF Mexicana
Av. Insurgentes Sur No. 975
Col. Ciudad de los Deportes
03710 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 325-2671
Télécopieur : 611-6751

Fauzer S. A. de C.V.
Mexicali No. 53-1
Col. Hipódromo Condesa
06100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 211-5609
Télécopieur : 211-8067

International Professional, S.A. de C.V.
Bernardo Couto No. 74
Col. Algarín
06880 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 538-9108
Télécopieur : 538-9448

Avance Industrial
Andrés de la Concha No. 33
Col. San José Insurgentes
03900 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 563-6361/5070
Télécopieur : 563-4140

Alta Frecuencia Industrial, S.A. de C.V. (AFISA)
Cuarta Cerrada de Retoño No. 115
Col. El Retoño
09440 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 674-1000, 532-9807
Télécopieur : 532-9615

Grupo Industrial Bimbo
Etienne Cabet No. 1000
Col. Santa Fe
01210 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 229-6600
Télécopieur : 229-6710

Herdez, S.A. de C.V.
Calzada San Bartolo Naucalpan No. 360
Col. Argentina Poniente
11230 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 576-3100
Télécopieur : 576-6962

Grupo Maseca
Paseo de la Reforma No. 300, Piso 8
Col. Juárez
06600 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 227-4700
Télécopieur : 514-3728

Triturados Basálticos y Derivados, S.A. de C.V. (TRIBASA)
Bosques de Cidros No. 173
Col. Bosques de las Lomas
05120 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 229-7485/7400
Télécopieur : 229-7503

Ingenieros Cíviles Asociados, S.A. de C.V. (ICA)
Minería No. 145
Col. Escandón
11800 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 272-9991
Télécopieur : 272-9991 ext. 3868

Gutsa Construcciones, S.A. de C.V.
Av. Revolución No. 1387
Col. Campestre San Angel
01040 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 662-7346
Télécopieur : 662-2471

Obras y Proyectos, S.A. de C.V.
Grupo Mexicano de Desarrollo
Baja California No. 255
Torre A, Piso 12
Col. Hipódromo Condesa
06170 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 564-9403
Télécopieur : 264-3812

Grupo Protexa, S.A. de C.V.
Carretera Monterrey — Saltillo Kilómetro No. 339
Apartado Postal 2933
66350 Santa Catarina, Nuevo León
Mexique
Téléphone : 336-3030
Télécopieur : 336-2964

Bureau d'achat de Houston — IMXPORT
Téléphone : (713) 820-3300

GRANDS MAGASINS DE DÉTAIL

Gigante
Av. Ejército Nacional No. 796-A
Col. Nueva Granada
11520 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 724-8000, 2551111
Télécopieur : 724-8380/81

Operadora Comercial Mexicana, S. A. de C.V.
Chabacano No. 43
Col. Asturias
06850 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 723-7111
Télécopieur : 723-7495

Grupo Cifra
José María Castorena No. 470
Col. San José de los Cedros, Cuajimalpa
05200 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 570-0352, 327-9206/9207
Télécopieur : 327-9282

El Puerto de Liverpool
Mariano Escobedo No. 425
Col. Polanco
11570 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 328-6500, 531-1388
Télécopieur : 520-8800, 254-5688

FOIRES COMMERCIALES

Plastimagen
Association nationale de l'industrie du plastique
c/o Asociación Nacional de las Industrias del Plástico, A.C.
(ANIPAC)
Av. Parque Chapultepec No. 66-301
Col. El Parque
53390 Naucalpan, Estado de México
Mexique
Téléphone : 576-5547
Télécopieur : 576-5548

PUBLICATIONS

Expansión
Sinaloa No. 149, Piso 8
Col. Roma Sur
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 207-2176, 524-8130
Télécopieur : 208-4253, 511-6351

Enquête auprès des lecteurs

AIDEZ-NOUS À MIEUX VOUS SERVIR

Nous voulons connaître votre opinion sur cette publication. C'est pourquoi nous vous serions reconnaissants de prendre quelques instants pour répondre aux questions ci-dessous. D'avance, merci!

1. Trouvez-vous que, dans l'ensemble, cette publication est?
(ne cocher qu'une réponse)
- très utile
 - utile
 - assez utile
 - inutile
2. Comment évaluez-vous chacun des aspects suivants de cette publication?
- a) Qualité du contenu (ne cocher qu'une réponse)
- excellente
 - bonne
 - satisfaisante
 - médiocre
- b) Qualité de la présentation (ne cocher qu'une réponse)
- excellente
 - bonne
 - satisfaisante
 - médiocre
- c) Utilité des illustrations (ne cocher qu'une réponse)
- excellente
 - bonne
 - satisfaisante
 - médiocre
3. Si cette publication devait, à l'avenir, être mise à jour, révisée et publiée à nouveau, aimeriez-vous en recevoir un exemplaire?
- Oui, je serais très intéressé(e)
 - Je serais probablement intéressé(e)
 - Non, je ne suis pas intéressé(e)
 - Je ne sais pas
4. Comment avez-vous trouvé la structure et la présentation de cette publication?
- Claire et facile à suivre
 - Confuse et difficile à suivre
5. Étant donné vos besoins, cette publication a-t-elle traité le(s) sujet(s) abordé(s) de façon suffisamment détaillée?
- Oui, tout à fait
 - Dans une certaine mesure
 - Non
 - Je ne sais pas
6. Vous auriez trouvé cette publication plus utile si elle avait contenu (cocher toutes les cases qui s'appliquent) :
- davantage de renseignements qualitatifs
 - moins de renseignements qualitatifs
 - plus de graphiques, d'illustrations et de tableaux
 - une analyse plus détaillée
 - une analyse plus courte
 - davantage d'exemples, d'études de cas, de profils de sociétés
7. À votre avis, manquait-il des renseignements importants dans cette publication?
- Oui — veuillez préciser lesquels _____
- Non _____
8. Y-a-t-il des facettes du sujet traité que vous auriez aimé voir aborder plus en détail?
- _____
9. Quelle(s) suggestion(s) feriez-vous pour améliorer la prochaine édition de cette publication?
- _____
10. Cette publication vous aidera-t-elle à développer vos activités?
- Oui Non
11. a) Votre société exporte-t-elle maintenant?
- Oui, passez à la question 11 b)
 Non, passez à la question 11 c)
- b) Si oui, sur quels marchés étrangers
- États-Unis Europe Japon
 Mexique Amérique latine
 Autres (précisez s'il-vous-plaît) _____
- c) Si non, prévoyez-vous exporter dans les 12 mois à venir?
- Oui, où?
 États-Unis Europe Japon
 Mexique Amérique latine
 Autres (précisez s'il-vous-plaît) _____
12. Quel est le chiffre d'affaires approximatif de votre entreprise?
- Moins de 1 million de dollars
 - Entre 1 et 5 millions de dollars
 - Entre 5 et 10 millions de dollars
 - Plus de 10 millions de dollars

Nous permettez-vous de prendre contact avec vous pour discuter de votre évaluation?

Nom _____

Organisme _____

Adresse _____

Tél. : _____ Téléc. : _____

Une fois rempli, veuillez nous faire parvenir ce questionnaire par télécopieur au numéro (613) 996-6142 ou adressez-le à :

Direction générale de l'Amérique latine et des Antilles
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international Canada
Édifice Lester B. Pearson, 125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2



LIBRARY E / BIBLIOTHEQUE A E

3 5036 20086590 8


80025 75540



Ministère des Affaires étrangères Department of Foreign Affairs
et du Commerce International and International Trade
Le Secteur de l'Amérique latine et des Antilles

InfoCentre

Télécopieur : (613) 996-9709

FaxLink : (613) 944-4500



Sans frais : 1-800-267-8376

Téléphone : (613) 944-4000



Babillard 1-800-628-1581

électronique : (613) 944-1581