

.b2636189(F)

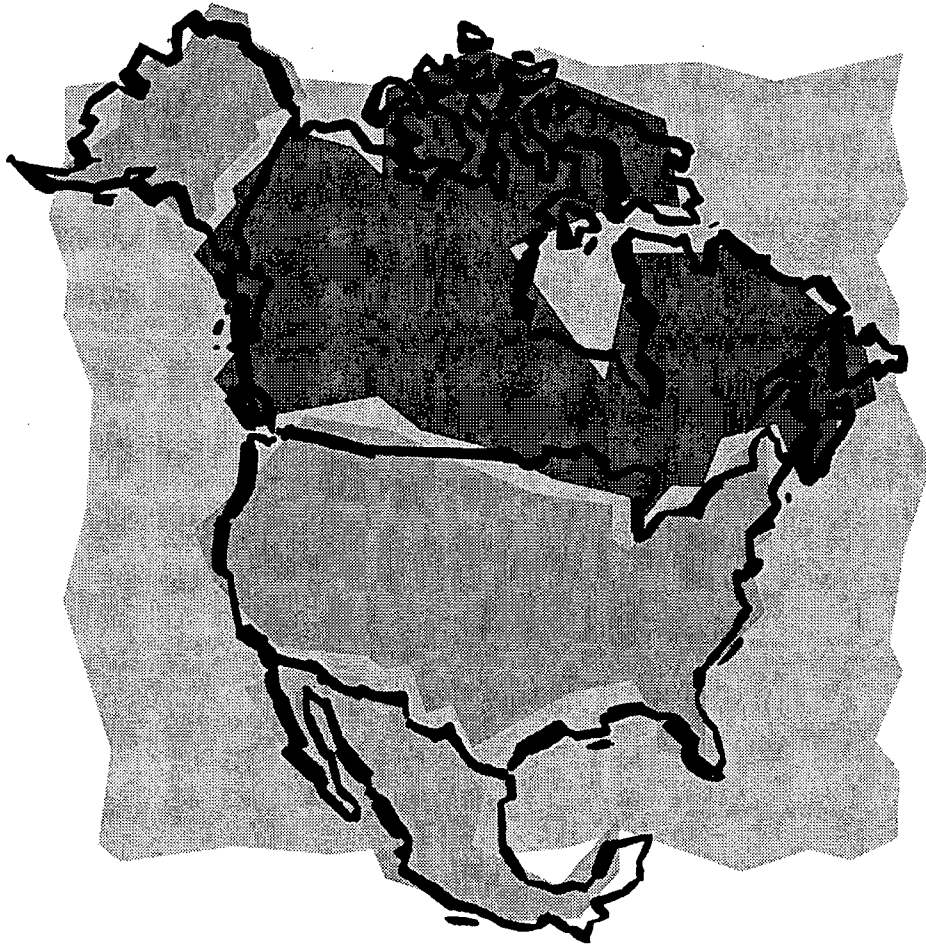
CAL  
EA614  
92H55f  
  
DOCS



MEUBLES  
DE MAISON  
ET DE BUREAU



**LE MEXIQUE PROFIL DE MARCHÉ**



**MEUBLES  
DE MAISON  
ET DE BUREAU**

Ministère des Affaires étrangères  
et du Commerce international

Ambassade du Canada  
Mexico  
juin 1992

*(Also available in English)*

Dept. of External Affairs  
Min. des Affaires extérieures

JAN 10 1995

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY  
RETOURNER A LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

43-270-097

# 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. Vous trouvez 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 une copie ?
  - 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
  - Ne peut dire/ne sait 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

---

---

---
8. Y-a-t-il des facettes du sujet traité que vous auriez aimé voir abordé 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 11b)
  - Non, passez à la question 12  
b) Si oui, sur quels marchés étrangers ?
  - États-Unis
  - Europe
  - Japon
  - Mexique
  - Amérique latine
  - Autres (précisez SVP) \_\_\_\_\_  
c) Si non, prévoyez-vous exporter dans les 12 mois à venir ?
  - Oui, où ?
  - États-Unis
  - Europe
  - Japon
  - Mexique
  - Amérique latine
  - Autres (précisez SVP) \_\_\_\_\_
12. Quelle 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

Une fois rempli, veuillez nous faire parvenir ce questionnaire par télécopieur au numéro (613) 943-8806, ou envoyez-le à l'adresse ci-dessous :

Direction de l'expansion du commerce  
en Amérique latine et dans les Antilles  
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce International  
Édifice Lester B. Pearson, 125, promenade Sussex  
Ottawa (Ontario) K1A 0G2



---

# Table des matières

---

INTRODUCTION.....	3
1. CONTEXTE.....	5
2. ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE.....	5
3. ÉVALUATION DU MARCHÉ .....	6
3.1 Importations .....	7
3.2 Production intérieure.....	9
4. MÉTHODES DE DISTRIBUTION .....	11
5. UTILISATEURS .....	12
6. ACCÈS AU MARCHÉ .....	13
<b>ANNEXES</b>	
Annexe A : Acronymes.....	15
Annexe B : Où obtenir une aide supplémentaire .....	16
Annexe C : Coup d'œil sur le Mexique.....	28



## INTRODUCTION

---

La présente étude de marché a été préparée à l'intention des entreprises canadiennes désireuses d'exporter au Mexique. Bien que cette étude traite des aspects les plus importants du marché mexicain, elle n'est pas exhaustive. En effet, la stratégie à adopter pour réaliser une percée sur ce marché dépendra des circonstances et des intérêts particuliers des entreprises intéressées.

On peut obtenir une aide supplémentaire en adressant une demande à la Section commerciale de l'ambassade du Canada à Mexico, à l'adresse suivante : Calle Schiller n° 529, Col. Polanco, 11580 México, D.F., ou encore par téléphone (au numéro 011-525-724-7900), par télex (au numéro 177-1191 DMCNME) ou par télécopieur (au numéro 011-525-724-7982 pour les appels provenant du Canada); on peut aussi communiquer avec les spécialistes de la Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 125 promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2 (numéro de téléphone : (613) 996-5547; numéro de télécopieur : (613) 943-8806).



## 1. CONTEXTE

Les importations mexicaines de produits de consommation ont considérablement augmenté au cours des quatre dernières années, par suite de l'adoption d'une politique de libéralisation du commerce qui a entraîné, en 1988, une réduction de tous les droits d'importation et l'abolition des permis d'importation de nombreux produits pour lesquels des licences étaient auparavant exigées. Ces mesures ont eu un effet particulièrement important sur les produits de consommation, qui étaient alors les mieux protégés par les droits d'importation et les exigences en matière de permis d'importation. Les importations totales de produits de consommation ont connu en 1989, 1990 et 1991 des hausses respectives de 82,1, 44,4 et 10,6 p. 100. La contribution de ces produits à l'ensemble des importations, qui était de 10,2 p. 100 en 1988, est passée à 14,9 p. 100 en 1989 et à 16,3 p. 100 en 1990, puis a chuté à 14,8 p. 100 en 1991.

Comme on peut le constater, la tendance à la hausse se modère et l'essor initial fait maintenant place à un modèle de croissance plus stable. Le marché américain influence beaucoup les goûts et les choix du consommateur mexicain. Bon nombre de Mexicains se sont rendus au moins jusqu'à la frontière du Mexique et des États-Unis et connaissent bien les produits américains. Cette situation a créé, chez les Mexicains, une attirance pour les produits importés, d'autant plus que ceux-ci n'étaient pas offerts sur le marché mexicain, puisque leur importation était soit interdite, soit non concurrentielle. Ainsi, la libéralisation du marché mexicain a entraîné une forte croissance à court terme des importations. Progressivement, la fringale mexicaine pour les produits d'importation a fait place à des programmes d'achat plus rationnels, fondés principalement sur l'existence de solides relations entre les chaînes locales et les principaux distributeurs ou représentants étrangers. Aujourd'hui, le consommateur mexicain ne délaisse plus les produits locaux au profit des importations du seul fait qu'il s'agit de produits importés, mais recherche un bon rapport qualité-prix. Il a appris à reconnaître les marques déposées et les noms des fabricants et à les relier aux caractéristiques particulières des produits.

1. Dans la présente étude, toutes les sommes sont exprimées en dollars américains, sauf indication contraire (pesos mexicains, dollars canadiens, etc.).

## 2. ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE

Le gouvernement mexicain a mis sur pied en 1988 un programme de stabilisation, le « Pacte de solidarité économique », destiné à contrer l'inflation. Ce pacte se compose à la fois de mesures d'austérité de type conventionnel (resserrement de la politique fiscale et monétaire) et de mesures moins orthodoxes (contrôle des prix, des salaires et des taux de change). Pierre angulaire de la politique économique du Mexique de 1988 à 1992, ce programme, qui a d'ailleurs été prolongé jusqu'en janvier 1993, a permis de réduire radicalement l'inflation, qui est passée d'un taux annuel de 159 p. 100 en 1987 à 19,7 p. 100 en 1989. L'inflation a rebondi à 29,9 p. 100 en 1990 mais a été ramenée à 18,5 p. 100 en 1991, et le gouvernement vise un taux de 10 à 12 p. 100 en 1992. Au même moment, les taux d'intérêt ont chuté au niveau actuel de 17 p. 100 et le taux de dévaluation du peso, par rapport au dollar américain, a été fixé à 0,2 pesos mexicains par jour ou 2,4 p. 100 par année.

En plus de consolider les progrès réalisés au chapitre de la stabilisation des prix, la politique macroéconomique adoptée par le Mexique en 1992 vise à poursuivre la relance économique graduelle et soutenue, surtout en créant les conditions favorables aux investissements intérieurs et étrangers et en stimulant la demande locale. Elle cherche aussi à accentuer l'amélioration du niveau de vie de la couche la plus pauvre de la société, grâce au programme *Solidaridad*.

Après la récession de 1986, la reprise de l'activité économique intérieure s'est poursuivie pour une troisième année consécutive en 1989, avec un taux de croissance du produit intérieur brut (PIB) de 3,1 p. 100. En 1990, ce taux est passé à 3,9 p. 100 puis à 3,6 p. 100 en 1991, lorsque le PIB a atteint 280,3 milliards de dollars<sup>1</sup>. La population du Mexique se chiffre à environ 86 millions d'habitants et son PIB par habitant était estimé à 3 385 \$ en 1991. En outre, la production dans le secteur de la fabrication a connu une augmentation de 5,2 p. 100 en 1990 et de 3 p. 100 en 1991 en valeur réelle; les investissements privés et les dépenses des consommateurs se sont accrus de 13,6 p. 100 et 5,2 p. 100 respectivement, et les investissements publics ont augmenté de 12,8 p. 100. On s'attend à ce que la hausse annuelle moyenne du PIB varie entre 4 et 5 p. 100 de 1992 à 1994. Les premières statistiques pour 1992 donnent un taux de 4 p. 100.



Afin de donner un nouvel élan à l'économie et de la rendre plus ouverte, le gouvernement mexicain a entrepris une série de modifications structurelles, parmi lesquelles l'adhésion, le 24 août 1986, à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT). Cela a entraîné une libéralisation généralisée de l'activité commerciale qui s'est traduite par les mesures suivantes : l'élimination des licences d'importation, qui ne sont plus exigées que pour 198 des 11 812 numéros tarifaires du nouveau système harmonisé, adopté en 1989; la suppression des prix officiels d'importation et de la taxe de 5 p. 100 sur les exportations mexicaines; la réduction des droits d'importation maximums, qui sont passés de 100 p. 100 en 1982 à 20 p. 100 en janvier 1988. La moyenne pondérée du taux tarifaire atteint maintenant 10,4 p. 100. Ces mesures de libéralisation ont été étendues aux secteurs de l'automobile et de l'informatique, par l'élimination des licences d'importation exigées auparavant, pour permettre l'entrée en franchise des produits dans ces industries. Par ailleurs, la ratification éventuelle de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) favorisera davantage les échanges commerciaux entre le Canada, les États-Unis et le Mexique.

Selon les données officielles publiées par le Secrétariat au commerce et au développement industriel du Mexique (SECOFI), la balance commerciale du pays a enregistré en 1991 un déficit de 10,4 milliards de dollars, après un déficit de 3 milliards en 1990. Les exportations se sont accrues de 2,6 p. 100 en 1991, passant de 26,8 à 27,6 milliards de dollars. Quant aux importations, elles ont augmenté de 22,2 p. 100, passant de 29,8 à 38 milliards de dollars en 1991, après un bond de 27,2 p. 100 en 1990, alors qu'elles atteignaient 23,4 milliards de dollars en 1989.

### 3. ÉVALUATION DU MARCHÉ

Le marché mexicain du mobilier de bureau et de maison et des appareils d'éclairage totalisait 435,4 millions de dollars en 1988 et il a enregistré une croissance de 24 p. 100 en 1989 à la suite de la reprise économique et d'une hausse du revenu disponible entraînée par une baisse du taux d'inflation. En 1990, le marché a connu une nouvelle hausse de 12 p. 100, pour atteindre 605 millions de dollars, grâce à une remontée de 36,8 p. 100 au chapitre des importations et à une augmentation de 6 p. 100 dans la production locale (voir le tableau 1). On estime que la demande s'est accrue de 6 p. 100

en 1991, atteignant 642,2 millions de dollars. On s'attend à ce que ce marché connaisse un taux de croissance annuel moyen de 5 p. 100, ce qui l'amènerait à 741,7 millions de dollars en 1994. On estime aussi que les importations vont croître à un rythme plus rapide que la production intérieure et que leur part du marché va passer à 22,3 p. 100 en 1994, alors qu'elle se fixait à 8,6 p. 100 en 1988.

**Tableau 1 : Consommation apparente de meubles et d'appareils d'éclairage**  
(en millions de dollars américains)

	1988	1989	1990	1991*	1994 <sup>P</sup>
Production	450,2	508,7	539,2	560,8	630,8
+ Importations	37,5	85,8	117,4	131,5	165,6
- Exportations	52,3	54,5	51,6	50,1	54,7
<b>Total</b>	<b>435,4</b>	<b>540,0</b>	<b>605,0</b>	<b>642,2</b>	<b>741,7</b>

Nota : e = estimation, p = projection

Sources : Les données sur les importations et les exportations sont publiées par le Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI); les données sur la production sont fournies par l'Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI).

La consommation apparente totale pour 1990 se répartit selon les catégories suivantes :

**Tableau 2 : Consommation apparente par secteur pour 1990**  
(en milliers de dollars américains)

Catégorie	Valeur	% du total	Part des importations %
Meubles en métal	179,2	29,6	17,8
Meubles en bois	152,2	25,2	33,2
Literie	109,2	18,0	4,0
Lampes et accessoires	102,2	16,9	20,8
Meubles en matériaux divers	62,2	10,3	10,1
<b>Total</b>	<b>605,0</b>	<b>100,0</b>	<b>19,4</b>

Le secteur le plus important de ce marché est celui des meubles en métal, où la demande vise surtout le mobilier de bureau, tel que les classeurs, les bureaux et les chaises, et il totalise 179,2 millions de dollars; au deuxième rang viennent les meubles en bois, et en particulier le mobilier de maison (tables, chaises, armoires, bibliothèques, canapés, etc.) qui totalisent 152,2 millions de dol-

lars; suivent les matelas, les sommiers et autres articles de literie, qui atteignent au total 109,2 millions, et, enfin, les appareils d'éclairage, dont la consommation s'établit à 102,2 millions, et les meubles en plastique ou autre matériau, qui atteignent au total 62,2 millions de dollars.

### 3.1 Importations

Comme le laisse entendre le tableau 1, les importations ne comptaient que pour 8,6 p. 100 de la consommation apparente totale en 1988, soit 37,5 millions de dollars, mais en constituaient 19,4 p. 100 en 1990, soit 117,4 millions de dollars, après des hausses respectives de 129 p. 100 et de 36,8 p. 100 en 1989 et en 1990. Pour 1991, les importations sont évaluées à 131,5 millions de dollars; leur rythme de croissance aurait alors ralenti à 12 p. 100. On s'attend à ce que les importations continuent de croître à un rythme plus rapide que la production intérieure, soit de 8 p. 100 par année, et elles devraient atteindre 165,6 millions de dollars en 1994.

Le tableau ci-contre présente les importations totales par secteur, entre les années 1988 et 1990.

Comme l'indique ce tableau, les meubles en bois, qui représentent 30 p. 100 des importations totales, forment la catégorie la plus importante. En outre, les meubles en bois occupent aussi la plus grande part de la consommation apparente, soit 33 p. 100 (voir le tableau 2). Pour ces deux raisons, ce secteur du marché offre les meilleures possibilités aux fournisseurs étrangers qui désirent se lancer sur le marché mexicain. La deuxième plus importante catégorie est composée des sièges, surtout les canapés à cadre en bois, les divans-lits et les chaises pivotantes, principalement destinés aux bureaux. Dans cette catégorie aussi, les importations représentent une large part, que l'on estime à 15 p. 100, et le secteur est considéré comme potentiellement bon et en pleine croissance pour les fournisseurs étrangers. Les importations de meubles en métal, bien qu'elles semblent moins importantes (14 p. 100 de la consommation apparente totale), s'accroissent rapidement et commencent à occuper une plus grande part du marché. Les importations de lampes et d'accessoires d'éclairage font de même et représentent maintenant 20,8 p. 100 du secteur. Le marché offre aussi d'excellentes possibilités pour les produits étrangers de conception inspirée des technologies de pointe. Les importations de meubles en plastique ou autres matériaux

**Tableau 3 : Importations de meubles**  
(en milliers de dollars américains)

	1988	1989	1990
<b>SIÈGES</b>			
Sièges pivotants	561,1	1 682,4	3 614,2
Divans-lits	234,3	888,3	1 095,1
Sièges en rotin, bambou, etc.	442,1	709,5	1 172,4
Sièges capitonnés, cadre en bois	2 428,0	8 807,9	10 975,9
Autres sièges, cadre en bois	805,8	1 764,1	1 895,8
Sièges capitonnés, cadre en métal	757,1	3 253,2	4 585,3
Autres sièges, cadre en métal	491,6	1 073,3	1 422,5
Autres sièges	1 215,8	3 470,7	4 338,3
<b>Total - Sièges</b>	<b>6 935,8</b>	<b>21 649,4</b>	<b>29 099,5</b>
<b>PIECES DE SIÈGES</b>	977,2	892,8	2 321,4
<b>MEUBLES EN MÉTAL</b>			
Meubles de bureau en métal	471,8	1 899,6	3 886,7
Autres meubles en métal	2 629,2	8 056,0	12 304,2
<b>Total - Meubles en métal</b>	<b>3 101,0</b>	<b>9 955,6</b>	<b>16 190,9</b>
<b>MEUBLES EN BOIS</b>			
Meubles de bureau en bois	782,4	2 615,2	5 492,8
Meubles de cuisine en bois	1 477,1	2 891,9	3 949,6
Meubles de chambre en bois	3 980,8	8 596,8	9 056,9
Autres meubles en bois	5 956,0	12 733,8	16 821,8
<b>Total - Meubles en bois</b>	<b>12 196,3</b>	<b>26 837,7</b>	<b>35 321,1</b>
<b>AUTRES MEUBLES</b>			
Meubles en plastique	1 900,1	3 109,4	4 171,9
Meubles en matériaux divers	1 153,4	1 731,6	2 100,0
<b>Total - Autres meubles</b>	<b>3 053,5</b>	<b>4 841,0</b>	<b>6 271,9</b>
<b>PIECES DE MEUBLES</b>	926,4	1 392,2	2 498,2
<b>LITERIE</b>			
Lits et matelas	653,4	902,2	1 178,8
Sacs de couchage	60,1	101,1	128,7
Oreillers et coussins	554,4	1 480,8	2 036,1
Autres articles de literie	533,9	1 581,5	1 047,9
<b>Total - Literie</b>	<b>1 801,8</b>	<b>4 065,6</b>	<b>4 391,5</b>
<b>LAMPES ET ACCESSOIRES D'ÉCLAIRAGE</b>			
Pour plafond et mur			
Piles, fiches, commutateurs	228,3	328,6	374,9
Pieds de lampe et autres accessoires	255,9	927,0	664,9
Lustres	415,2	921,5	1 159,5
Lampes en fer ou en acier	1 854,8	2 468,3	3 014,7
Autres articles	2 102,0	3 522,8	5 810,5
Pour la table, le bureau, le plancher			
Lampes de chevet, de bureau et d'intérieur	2 536,8	4 436,8	4 333,5
Autres	177,3	744,8	869,0
Autres accessoires d'éclairage électriques	678,9	2 447,3	4 585,2
Accessoires non électriques	235,7	399,0	457,7
<b>Total - Lampes et accessoires</b>	<b>8 484,9</b>	<b>16 196,1</b>	<b>21 269,9</b>
<b>TOTAL GLOBAL</b>	<b>37 476,9</b>	<b>85 830,4</b>	<b>117 364,4</b>

Source : Les données sur les importations sont publiées par le Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).

occupent une très petite part du marché. Dans le domaine de la literie, la production interne suffit presque entièrement à la demande et les importations, qui sont relativement restreintes, ne croissent pas aussi rapidement que dans les autres secteurs.

Les États-Unis sont depuis longtemps le fournisseur de meubles le plus important au Mexique, occupant 85,5 p. 100 du marché, en dépit de la présence de plusieurs concurrents, dont les plus puissants sont l'Italie, l'Espagne, la France, l'Allemagne, la Chine, le Japon et le Canada. Le tableau ci-dessous indique la part de marché des principaux concurrents en 1990, selon les catégories :

**Tableau 4 : Part du marché des importations**  
(exprimée en pourcentage)

Catégorie	États-Unis	2 <sup>e</sup> rang	Canada
Sièges	83,3	Italie 7,7	0,2
Meubles en métal	89,9	Chine 3,7	0,3
Meubles en bois	87,6	Espagne 3,9	0,1
Autres meubles	75,9	Italie 6,0	0
Pièces de meubles	82,8	Italie 9,4	0,1
Literie	97,3	Italie 0,7	0,3
Lampes et accessoires	82,9	Italie 3,8	0
<b>Total</b>	<b>85,6</b>	<b>Italie 5,7</b>	<b>0,2</b>

Source : Données fournies par SECOFI.

La participation du Canada est très faible, mais le marché mexicain pourrait offrir d'excellents débouchés aux fournisseurs canadiens, surtout dans le domaine des meubles en bois, s'ils avaient recours à une stratégie commerciale plus dynamique.

Le tableau 5 présente les échanges commerciaux entre le Canada et le Mexique, de 1988 à 1991, dans le secteur de l'ameublement.

Comme le rapporte la Division du commerce international de Statistique Canada, les exportations canadiennes au Mexique ont presque doublé de 1989 à 1990, passant de 281 000 à 569 000 \$ CAN; elles se situaient cependant à 666 000 \$ CAN en 1988. En 1991, elles ont augmenté de nouveau pour atteindre 2,1 millions de dollars canadiens. La plus grande part de ces exportations revient aux pièces de sièges, où l'on trouve les sièges de voitures et d'autres types de véhicules, et c'est probablement

**Tableau 5 : Commerce de meubles entre le Canada et le Mexique**  
(en milliers de dollars canadiens)

Exportations canadiennes au Mexique	1988	1989	1990	1991
Sièges capitonnés	0	15	0	0
Autres sièges	0	16	0	0
Pièces de sièges	407	57	105	1 452
Meubles en métal	31	18	120	190
Meubles en bois	29	0	0	54
Meubles en plastique	16	0	0	6
Meubles en matériaux divers	134	110	0	0
Pièces de meubles	4	0	15	0
Articles de literie	10	24	327	441
Lustres	10	0	2	8
Lampes électriques	25	41	0	3
<b>Total</b>	<b>666</b>	<b>281</b>	<b>569</b>	<b>2 154</b>
<b>Importations canadiennes en provenance du Mexique</b>				
Sièges capitonnés	0	0	27	41
Autres sièges	13	23	43	78
Pièces de sièges	6 268	8 038	6 358	15 652
Meubles en métal	143	169	661	1 089
Meubles en bois	386	779	690	4 376
Meubles en plastique	8	0	0	0
Meubles en matériaux divers	24	21	31	46
Pièces de meubles	161	84	82	74
Articles de literie	237	88	154	99
Lustres	55	39	108	84
Lampes électriques	83	401	92	563
Lampes non électriques	0	73	66	92
<b>Total</b>	<b>7 378</b>	<b>9 715</b>	<b>8 312</b>	<b>22 194</b>

Source : Statistique Canada, Division du commerce international

cette catégorie qui a enregistré la croissance déterminante. Abstraction faite des pièces de sièges, les exportations canadiennes au Mexique représentaient 702 000 \$ CAN en 1991, une hausse de 51 p. 100 par rapport au total de 464 000 \$ CAN en 1990, et elles étaient composées surtout d'articles de literie ainsi que de meubles en métal et en bois.

Par contre, les achats canadiens de produits mexicains sont beaucoup plus importants; ils représentaient 22 millions de dollars canadiens en 1991. Si l'on ne tient pas compte des sièges de véhicules, pour les raisons expliquées précédemment, les importations canadiennes totales en provenance du Mexique ont enregistré une croissance régulière entre 1988 et 1991, passant de 1,1 million à 6,5 millions de dollars canadiens; elles étaient surtout constituées de meubles en bois et en métal et de lampes.

Les fabricants canadiens n'ont pas fait de réelle percée sur le marché mexicain et sont en retard sur les États-Unis, l'Europe et certains pays asiatiques,

qui se sont empressés de répondre à la demande grandissante de ce pays au chapitre du mobilier. Plusieurs facteurs expliquent cette situation :

- les consommateurs mexicains connaissent très bien les produits américains;
- les détaillants mexicains savent comment traiter avec les Américains, et bon nombre d'entre eux ont des représentants ou des distributeurs exclusifs aux États-Unis et dans d'autres pays;
- la proximité géographique du Mexique et des États-Unis réduit les frais de transport et les autres coûts et permet une livraison plus rapide;
- les distributeurs locaux entretiennent des relations de longue date avec les fabricants et les distributeurs américains;
- les produits européens ont la réputation d'offrir une qualité exceptionnelle et les produits fabriqués en Asie, généralement vendus à meilleur prix, sont assortis de possibilités de financement souvent très attrayantes;
- les détaillants et les consommateurs mexicains connaissent très peu ou pas du tout les produits canadiens;
- les fabricants canadiens sont très peu intéressés à vendre leurs produits au Mexique (c'est du moins l'idée que se font les détaillants mexicains, qui ont indiqué n'avoir pratiquement pas reçu de catalogues, d'appels ou de visites de fabricants et de négociants canadiens).

À l'heure actuelle, le marché des meubles importés est en pleine expansion au Mexique et il y existe des débouchés pour les produits canadiens. Voici un aperçu des stratégies d'exportation à adopter :

- Participer aux foires commerciales qui se tiennent au Mexique ou organiser une exposition consacrée exclusivement aux produits de consommation canadiens. L'un des plus grands événements à se tenir chaque année dans ce secteur est le congrès et la foire commerciale de l'ANTAD (Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons du Mexique) qui attire au-delà de 15 000 cadres provenant des chaînes mexicaines, dont on compte plus de 100. D'autres entreprises organisent également des expositions, à intervalles réguliers, mais elles portent généralement sur un thème particulier (vêtement, chaussure, textile, produits électroniques, articles ménagers, etc.).

- Entretien des relations avec les principaux acheteurs des grands magasins à succursales, soit par des visites régulières ou par correspondance. C'est sans doute la stratégie la plus utile puisque, au Mexique, une grande partie des opérations commerciales s'effectue grâce à l'établissement de relations. Retenir toutefois que dans ce pays les échanges en personne (plutôt que par téléphone ou par correspondance) donnent de biens meilleurs résultats, même si une telle démarche demande plus de temps et d'argent.
- Les campagnes de publipostage, qui consistent à envoyer des catalogues et des échantillons de produits aux principaux acheteurs, peuvent aussi être efficaces, surtout après une première visite et après avoir établi des relations personnelles avec les intéressés.
- Avoir un bon représentant ou distributeur sur place qui a établi de bonnes relations avec les principaux détaillants et suivre de près les transactions, du moins au début.
- Le consommateur mexicain ressemble beaucoup à l'américain; pour lui plaire, il faut lui offrir des produits qui se distinguent par leur prix avantageux, leur nouveauté ou leur qualité. Il y a donc de fortes chances que le marché mexicain adopte un produit canadien qui se vend bien aux États-Unis.
- Au Mexique, il n'existe pas, à proprement parler, de demande insatisfaite pour un produit de consommation en particulier. De façon générale, c'est plutôt l'offre qui crée la demande. Il est donc important de choisir les magasins qui conviendront le mieux à la vente d'un produit donné, en tenant compte du revenu et des goûts des consommateurs (qui ressemblent à ceux des Canadiens ou des Américains), et d'adopter une approche dynamique auprès de ces établissements. Une fois le produit accepté par une grande chaîne, il est beaucoup plus facile de le vendre ailleurs.

### 3.2 Production intérieure

Les meubles en bois représentent 1,6 p. 100 du PIB de l'ensemble de l'industrie de la fabrication et seulement 0,4 p. 100 du PIB du pays, contre 0,08 p. 100 pour l'industrie du meuble en métal. Entre 1970 et 1986, le secteur a connu un taux de croissance moyen de 3,2 p. 100, comparativement à 4,6 p. 100 pour le PIB national. L'industrie du

meuble constitue un secteur très fragmenté.

On estime que le Mexique compte, outre les petits ateliers, près de 2 200 fabricants de meubles. Il s'agit en grande partie (62 p. 100) de très petits établissements regroupant en moyenne 6 employés ou de petites entreprises (33 p. 100) comptant 25 employés. Les grandes entreprises ne représentent que 1 p. 100 de l'industrie et elles emploient en moyenne 226 personnes. La plupart des fabricants (40 p. 100) se retrouvent dans la région de Mexico, ainsi que dans le nord (20 p. 100) et dans l'ouest du pays (20 p. 100), près des grands centres que sont Guadalajara et Monterrey. L'industrie mexicaine du meuble est encore très peu automatisée; c'est en particulier le cas de celle du meuble en bois, qui utilise surtout du matériel portatif.

Dans ce dernier domaine, les meubles de maison représentent 50 p. 100 du marché, les meubles de cuisine 7 p. 100, et divers meubles individuels de maison, c'est-à-dire les chaises, les bibliothèques, les commodes, etc., représentent 25 p. 100 du marché. Les meubles de bureau comptent pour 14 p. 100, les meubles à monter soi-même pour 1 p. 100 et les composants pour 3 p. 100. Dans le mobilier de maison, 55 p. 100 des produits sont destinés à la salle de séjour, 28 p. 100 à la salle à manger et 17 p. 100 aux chambres. La plupart des meubles en bois sont faits de pin, d'acajou et de cèdre, de même que d'aggloméré, surtout utilisé dans le mobilier de cuisine. Les meubles en métal sont généralement destinés au marché des bureaux et des commerces.

Les statistiques ci-dessous indiquent la production de meubles en bois pour l'année 1987, exprimée en nombre d'articles ou d'ensembles :

**Tableau 6 : Production de meubles en bois en 1987**

	Quantité d'articles ou d'ensembles
Salle de séjour/salon .....	15 641
Chambres .....	8 564
Salle à manger .....	11 892
Cuisine .....	2 679
Chaises .....	19 609
Bibliothèques .....	9 174
Bureaux .....	7 322
Classeurs .....	4 409
Composants .....	31 683
Pièces détachées .....	414 286

Source : INFOTEC - Industria de Muebles de Madera, 1988

Aiguillonnés par une concurrence étrangère croissante, la plupart des manufacturiers mexicains ont investi dans leur entreprise au cours des trois dernières années et on s'attend à ce que cette tendance se poursuive; les investissements sont consacrés surtout à la machinerie et au matériel, à l'agrandissement et à la remise à neuf des usines, ainsi qu'à la technologie. Les importations vont continuer de jouer un rôle important, cependant, pour les raisons suivantes : la fragmentation de l'industrie rend impossible l'exploitation à grande échelle; l'automatisation est encore relativement faible dans l'industrie locale, ce qui augmente les coûts; la production se fait généralement à petite échelle; la main-d'œuvre qualifiée est rare; le contrôle de la qualité se fait le plus souvent de façon visuelle, donc superficielle; l'industrie ne s'est encore donné aucune norme; l'innovation est rare; au chapitre du design, on se contente d'adapter ou de copier des modèles existants; enfin, il est souvent difficile de se procurer des matières premières de bonne qualité à prix raisonnable.

L'industrie mexicaine du meuble a aussi consolidé ses exportations, qui atteignaient 51,6 millions de dollars en 1990, soit près de 10 p. 100 de la production. Ces exportations se répartissaient de la façon suivante :

**Tableau 7 : Exportations de meubles du Mexique**  
(en milliers de dollars américains)

	1988	1989	1990
Sièges	7 098,4	6 061,7	6 677,8
Meubles en métal	10 818,8	13 502,4	11 867,7
Meubles en bois	14 531,8	17 099,4	14 995,8
Meubles en matériaux divers	1 624,9	1 519,8	1 300,9
Pièces de meubles	3 847,9	4 475,9	5 054,3
Literie	701,7	689,5	593,4
Lampes et accessoires d'éclairage	13 709,0	11 104,1	11 114,8
<b>Total</b>	<b>52 332,5</b>	<b>54 452,8</b>	<b>51 604,6</b>

Source : Les données sur les exportations sont publiées par le Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).

#### 4. MÉTHODES DE DISTRIBUTION

Les voies de distribution sont semblables à celles que l'on trouve ailleurs dans le monde : les fabricants vendent soit aux grossistes et aux distributeurs, soit directement aux détaillants, du moins dans le cas des supermarchés, des magasins à rayons et des magasins à succursales. Les grossistes et les distributeurs vendent ensuite aux détaillants, supermarchés compris. Les voies de distribution les plus courantes pour les meubles sont les grossistes, les magasins à succursales spécialisés dans le mobilier, les magasins à rayons et les très grands supermarchés. Le fabricant vend une petite part de sa production directement au détaillant.

Dans le cas des produits importés, les exportateurs expédient généralement leurs produits à un distributeur ou à un représentant au Mexique. Parfois, un supermarché, une chaîne de magasins à rayons ou un magasin appartenant à un groupe spécialisé importe directement le produit, le plus souvent par l'intermédiaire d'un représentant ou d'un agent important situé aux États-Unis. Environ 80 p. 100 des produits importés sont vendus par l'intermédiaire des supermarchés et des magasins à rayons et à succursales de Mexico et d'autres grandes régions urbaines. La plupart des petits magasins de détail stockent très peu de produits importés.

Le développement des ventes se fait en grande partie par le biais d'une équipe de vente directe, outil auquel s'ajoutent la participation à des foires nationales et internationales et la publicité dans les journaux, à la radio, à la télévision et dans les revues.

La marge bénéficiaire est généralement de près de 42 p. 100 du coût et de 30 p. 100 du prix de vente. Les distributeurs achètent les meubles de maison comptant ou à crédit, en proportions égales. La plupart du temps, les ventes finales se paient comptant ou par carte de crédit. Le crédit est accordé en général pour une période de 30 jours.

Le réseau de distribution du secteur privé, par lequel s'effectuent 90 p. 100 des ventes (le reste est réalisé dans les entrepôts d'État ou les magasins pour employés syndiqués), est solidement implanté et fonctionnel, mais très centralisé dans la région de Mexico. Pour distribuer leurs produits en région, de nombreuses entreprises y établissent des entrepôts;

certaines possèdent même des installations disséminées dans tout le pays. Le bureau d'achats principal de la plupart des magasins à succursales est situé à Mexico, où s'établissent les premiers échanges et se réalisent les premières ventes; leurs bureaux d'achats régionaux, par contre, se chargent du réapprovisionnement. D'autres possèdent leurs propres camions et livrent les produits aux principaux marchés, où ils sont ensuite confiés à des grossistes et des distributeurs. Certaines entreprises expédient même des produits directement à leurs clients par le réseau de transport régulier. Les villes offrant l'indice de consommation le plus élevé en matière de biens non durables sont Mexico (39 p. 100), Guadalajara (7 p. 100), Monterrey (6 p. 100), Puebla (4 p. 100), León, Tampico et Culiacán (2 p. 100).

Les établissements commerciaux sont regroupés en plusieurs chambres et associations, les plus importantes étant les chambres de commerce associées à la Confédération nationale des chambres de commerce du Mexique (CONCANACO), la Chambre de commerce nationale de Mexico (CANACO) et l'Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons (ANTAD).

D'après un sondage réalisé par CONCANACO dans la région de Mexico, la plupart des magasins de meubles s'approvisionnent directement auprès des fabricants, bien que 30 p. 100 d'entre eux achètent leurs produits de grossistes. Par contre, la plupart des magasins qui offrent des produits importés (on les estime à 50 p. 100 de l'ensemble) achètent leurs produits de distributeurs locaux au lieu de les importer eux-mêmes.

Une autre enquête menée par l'Institut national de la statistique, de la géographie et de l'informatique du Mexique (INEGI), dans les plus grandes villes du Mexique, visait à établir le nombre de magasins (M) qui vendent des meubles, leur nombre d'employés (E) et leurs ventes annuelles (\$) en milliers de dollars courants de 1987, dans les secteurs de la vente en gros et au détail.

**Tableau 8 : Ventes de fournitures en 1987** (en milliers de dollars courants)

	Vente en gros			Vente au détail		
	M	E	\$	M	E	\$
Mexico	38	38	2 402	170	27	900
Guadalajara	6	17	629	24	63	2 260
Monterrey	16	33	1 081	33	31	1 255



ANTAD regroupe tous les grands magasins à rayons, les magasins à succursales et les chaînes de supermarchés privés. On trouvera ci-dessous la liste de ceux qui, parmi ses plus importants membres, vendent des meubles, ainsi que la région où ils sont installés<sup>2</sup>, le nombre de magasins qu'ils possèdent, la superficie totale (en mètres carrés) et les ventes des principaux groupes inscrits à la Bourse du Mexique.

**Tableau 9 : Distributeurs de meubles**

Chaîne	Région	Nombre de magasins	Superficie (en m <sup>2</sup> )	Ventes (M\$)*
<b>Magasins à rayons</b>				
Palacio de Hierro	Mexico	4	63 500	215
Puerto de Liverpool	Pays entier	8	136 000	421
Sears	Pays entier	37	134 000	
Almacenes Garcia	Pays entier	18	21 320	
Almacenes Zaragoza	Nord-ouest	7	15 700	
Casa Rodoreda	Centre	3	10 337	
Central Detallista	Nord-ouest	12	29 000	
José Ramírez	Golfe	12	7 900	
Puerto de Guaymas	Nord-ouest	10	31 150	
Grupo Acevedo	Golfe	8	16 100	
Grupo del Sureste	Sud-est	7	12 200	
<b>Importaciones</b>				
comerciales	Antilles	5	8 300	
Ciudad de Paris	Nord	4	12 000	
Sanborn's	Pays entier	54	55 042	
Super del Bajío	Centre	5	7 950	
Woolworth	Pays entier	46	69 947	
<b>Magasins à succursales</b>				
Salinas y Rocha	Pays entier	87	108 171	
Singer	Pays entier	117	23 424	
Super Hogar	Mexico	12	10 250	

\* M\$ = millions de dollars américains

## 5. UTILISATEURS

Le Mexique compte environ 86 millions d'habitants, dont 70 p. 100 ont moins de 30 ans. Avec un taux de croissance annuelle qu'on estime à 2 p. 100 (au cours des trois dernières décennies, ce taux était en moyenne de 3,2 p. 100), la population du pays devrait atteindre 100 millions d'ici à l'an 2000. Cinquante-deux pour cent des Mexicains vivent en

région urbaine, dans des villes de plus de 15 000 habitants. Mexico compte à elle seule 16 millions d'habitants; suivent, dans l'ordre, Guadalajara (4 millions), Monterrey (3 millions) et Puebla (2 millions). Au recensement de 1980, le pays comptait 16 millions de logements. En 1989, ce nombre avait augmenté à 17,6 millions, dont 68 p. 100 des unités sont propriété de leurs occupants, alors que les autres sont louées ou appartiennent à une tierce personne. Seulement 6 p. 100 des logements possèdent plus de cinq pièces; 27 p. 100 en ont entre trois et cinq, et 68 p. 100, moins de trois.

On estime que, pour combler les besoins d'une population croissante et pour remplacer les vieilles habitations, on devra construire plus de 8 millions de logements entre 1988 et l'an 2000. Sur ce nombre, 74 p. 100 seront destinés aux personnes à faible revenu, 21 p. 100 à la classe moyenne et 5 p. 100 aux personnes à revenu élevé et recherchant un logement de luxe.

Selon le *Centro Impulsor de la Construcción y la Habitación A.C. (CIHAC)*, les investissements privés dans le secteur du bâtiment sont passés de 11,9 milliards de dollars en 1988 à 15,4 milliards en 1990 et ils ont connu une nouvelle hausse de 8,5 p. 100 en 1991, pour atteindre 16,7 milliards de dollars. Les investissements publics s'établissaient, quant à eux, à 7 milliards de dollars en 1990; 34 p. 100 de ces fonds étaient destinés à la construction d'immeubles des types suivants : bureaux (11,6 p. 100), bâtiments industriels et commerciaux (8,7 p. 100), hôpitaux (6,9 p. 100), écoles (5 p. 100) et logements (2 p. 100). Le tableau 10 présente la répartition des investissements privés dans la construction d'immeubles de bureaux et d'habitation pour les années 1990 et 1991.

Une étude préparée par CIHAC et fondée sur les données des recensements révèle que la production annuelle de logements a augmenté de 3,8 p. 100, soit de 600 000 bâtiments par année. Toutefois, si l'on ne compte que les logements acceptables, c'est-à-dire les logements privés comportant trois pièces ou plus, des murs, des planchers et une toiture adéquate et pourvus d'électricité, d'eau courante, d'une salle de bain et d'une cuisine, cette production annuelle ne s'élève qu'à 300 000 unités. De ce nombre, 75 p. 100 sont des logements à prix modique construits et, à l'occasion, également financés par INFONAVIT, FONHAPO, FOVISSSTE ou d'autres organismes gouvernementaux dont le mandat est de favoriser et de financer la construc-

2. Les régions citées comprennent les États suivants :
- Nord : Nuevo León, Chihuahua, Durango et Coahuila;
  - Nord-ouest : Baja California, Baja California Sur, Sonora et Sinaloa;
  - Nord-est : Tamaulipas
  - Sud-est : Salina Cruz
  - Centre : Jalisco, Nayarit, Guanajuato, San Luis Potosí et Michoacán
  - Golfe : Veracruz et Tabasco
  - Antilles : Yucatán, Quintana Roo

tion de tels logements pour la classe ouvrière. De façon générale, ces logements mesurent en moyenne 55 mètres carrés et ils comprennent une salle de séjour et à manger combinée, une salle de bain, une cuisine et deux chambres. Les logements destinés à la classe moyenne, qui représentent 15 p. 100 de l'ensemble, mesurent entre 60 et 120 mètres carrés et ils comprennent une chambre et une salle de bain supplémentaires. Enfin, les logements de luxe, qui représentent 5 p. 100 de l'ensemble, mesurent en moyenne 250 mètres carrés et comprennent cinq chambres à coucher et trois ou quatre salles de bain.

**Tableau 10 : Répartition sectorielle des investissements privés dans le secteur du bâtiment**  
(en millions de dollars américains)

	1990 Nombre d'immeubles	1991 Nombre d'immeubles	1990 Valeur	1991 Valeur
<b>Bâtiments résidentiels</b>				
Logements unifamiliaux	77 100	82 500	5 355,9	6 333,3
Luxueux	2 100	2 500		
Moyens	27 000	29 000		
Pour revenus modiques	48 000	82 500		
Logements multifamiliaux	67 775	75 400	2 150,8	2 620,0
Luxueux	1 575	1 600		
Moyens	13 200	13 800		
Pour revenus modiques	53 000	60 000		
Construction par propriétaire	330 000	360 000	1 312,9	1 786,7
En banlieue	180 000	200 000		
En région	150 000	160 000		
<b>Total</b>			<b>8 819,6</b>	<b>10 740,0</b>
<b>Rénovation et entretien d'immeubles résidentiels</b>				
Luxueux	15 000	16 000		
Moyens	110 000	115 000		
Pour revenus modiques	460 000	470 000		
<b>Total</b>	<b>585 000</b>	<b>601 000</b>	<b>812,2</b>	<b>985,3</b>
<b>Bâtiments commerciaux</b>				
Bureaux luxueux	28	30		
Bureaux de qualité	70	60		
Centres commerciaux	11	20		
Supermarchés	21			
Magasins	420			
<b>Total</b>	<b>550</b>	<b>110</b>	<b>1 236,8</b>	<b>1 122,7</b>

Source : Catálogo CIHAC de la Construcción 1991

## 6. ACCÈS AU MARCHÉ

Par suite de l'adhésion du Mexique à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), le gouvernement mexicain a graduellement ouvert son marché aux fournisseurs étrangers. Les droits d'importation maximums, qui pouvaient atteindre 100 p. 100 en 1982, ont été réduits à 20 p. 100 en 1988. La tarification officielle des importations a été totalement éliminée, et les licences d'importation ne sont plus requises que pour 198 des 11 812 numéros tarifaires du système de tarification harmonisé du Mexique.

En ce qui concerne l'importation des meubles, les conditions se sont considérablement améliorées par suite de cette libéralisation du commerce. Comme les droits d'importation maximums ont été ramenés à 20 p. 100, les importations de meubles sont assujetties à des droits *ad valorem* maximums de 20 p. 100, applicables au montant de la facture. De plus, des redevances pour opérations douanières de 0,8 p. 100 sont prélevées sur le montant de la facture. Une taxe de 10 p. 100 sur la valeur ajoutée (qui était de 15 p. 100 jusqu'à tout récemment) est ensuite perçue sur la somme des deux taxes et du montant de la facture. Les meubles portent les numéros 9401 à 9405 dans le système harmonisé.

Auparavant, pour pouvoir répondre aux appels d'offres des organismes gouvernementaux ou des entreprises décentralisées, les fabricants étrangers étaient tenus d'avoir un représentant sur place et devaient être inscrits à la liste des fournisseurs du Secrétariat à la planification et à la budgétisation (*Secretaría de Programación y Presupuesto* - SPP). Depuis juillet 1991, cette dernière prescription a été éliminée.

En vertu des nouvelles règles, les fournisseurs étrangers doivent avoir un agent ou un représentant local et être inscrits par lui à la liste des fournisseurs agréés de chaque ministère ou organisme décentralisé avec lequel ils veulent négocier, en plus de satisfaire aux exigences actuellement à l'étude en ce qui concerne les appels d'offres internationaux.

Les appels d'offres internationaux se rapportant à des projets financés par la Banque mondiale ou la Banque interaméricaine de développement sont ouverts à tous les pays membres de ces établissements. Depuis quelque temps, la Banque mondiale exige, lorsqu'il s'agit de ses propres fonds, que toute soumission soit accompagnée d'une déclaration

assermentée attestant que la société est une véritable entreprise canadienne ayant son siège social au Canada, et que le Canada est reconnu comme un membre adhérent de la Banque mondiale.

Le Mexique n'impose pas le système métrique dans le cas des importations. Toutefois, comme il s'agit du système officiel de poids et de mesures de ce pays, les importateurs exigeront habituellement qu'on l'utilise pour l'étiquetage des produits emballés, bien que le système anglais soit aussi utilisé. Le double étiquetage est acceptable. Les produits importés doivent être étiquetés en espagnol et fournir les renseignements suivants : nom du produit, raison sociale et adresse du fabricant, contenu net, numéro de série (pour le matériel), date de fabrication, caractéristiques électriques, précautions à prendre à l'égard des produits dangereux, mode d'emploi, directives pour la manutention ou la conservation du produit et normes obligatoires. Le Mexique a adopté le Système international d'unités (SI). Le courant électrique est de 60 cycles, et la tension normale de 110, 220 et 400 volts. Il est en outre possible d'obtenir du courant triphasé et monophasé de 230 volts.

**Annexe A – ACRONYMES**

---

ANTAD	Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales [Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons]
CANACO	Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México [Chambre de commerce nationale de Mexico]
CIHAC	Centro Impulsor de la Construcción y la Habitación [Centre de développement de la construction et de l'habitation]
CONCANACO-SERVUYTUR	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo [Confédération nationale des chambres de commerce du Mexique]
C.V.	Capital Variable [Capital variable]
GATT	General Agreement of Tariffs and Trade [Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce]
INEGI	Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática [Institut national de la géographie, de la statistique et de l'informatique du Mexique]
PIB	Produit intérieur brut [ <i>Producto Interno Bruto</i> ]
S.A.	Sociedad Anonima [Société à responsabilité limitée]
SECOFI	Secretaria de Comercio y Fomento Industrial [Secrétariat au commerce et au développement industriel du Mexique]
SI	Sociedad Internacional de Unidades [Système international d'unités]
SPP	Secretaria de Programación y Presupuesto [Secrétariat à la planification et à la budgétisation]

## Annexe B – OÙ OBTENIR UNE AIDE SUPPLÉMENTAIRE

### MINISTÈRES ET SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

#### LE MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL (Ottawa)

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) du Canada est le ministère fédéral qui est chargé de façon plus particulière du développement des échanges commerciaux. L'**InfoCentre** est la première porte à laquelle on frappe quand on cherche des conseils pour exporter. Il fournit des renseignements sur les programmes et les services liés à l'exportation et aide à trouver rapidement des réponses aux problèmes d'exportation. C'est l'endroit où s'adresser pour accéder aux réseaux de renseignements commerciaux du MAECI. Le centre peut transmettre aux sociétés que cela intéresse des exemplaires de publications spécialisées sur les exportations.

#### **InfoCentre**

Tél. : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000  
Télécopieur : (613) 996-9709

La Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles du ministère s'occupe de la promotion des échanges commerciaux avec le Mexique. En outre, plusieurs délégués commerciaux sont en poste à l'Ambassade du Canada à Mexico et à son bureau de Monterrey. Les délégués commerciaux peuvent fournir toute une gamme de services comme présenter les sociétés à d'éventuels clients au Mexique, fournir des conseils sur les canaux de commercialisation, aider les entreprises qui souhaitent participer à des foires commerciales, aider à trouver des sociétés mexicaines qui conviennent comme agent et compiler des renseignements de crédit et commerciaux sur les éventuels clients étrangers.

#### **Direction de l'expansion du commerce en Amérique latine et dans les Antilles (LGT)**

Ministère des Affaires étrangères et  
du Commerce international  
Édifice Lester B. Pearson  
125, promenade Sussex  
Ottawa (Ont.) K1A 0G2  
Tél. : (613) 996-5547  
Télécopieur : (613) 943-8806

### CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

Les Centres de commerce international ont été créés partout au pays afin d'être la première porte à laquelle les sociétés canadiennes qui veulent exporter doivent s'adresser. Partageant les locaux régionaux d'Industrie Canada, les centres relèvent de MAECI et des délégués commerciaux y travaillent sur place. Ils aident les entreprises à déterminer si elles sont prêtes à exporter, ils les aident dans leurs travaux de recherche et de planification des marchés, leur fournit l'accès aux programmes gouvernementaux visant à promouvoir les exportations et leur obtient l'aide de la Direction de l'expansion du commerce à Ottawa et des conseillers commerciaux à l'étranger. S'adresser au Centre de commerce international le plus proche :

#### **Colombie-Britannique**

Scotia Tower  
650, rue West Georgia, bureau 900  
C.P. 11610  
Vancouver (C.-B.)  
V6B 5H8  
Tél. : (604) 666-0434  
Télécopieur : (604) 666-0617

#### **Yukon**

Pièce 210  
300, rue Main  
Whitehorse (Yukon)  
Y1A 2B5  
Tél. : (403) 667-3921  
Télécopieur : (403) 668-5003

#### **Alberta**

Canada Place  
Bureau 540  
9700, avenue Jasper  
Edmonton (Alb.)  
T5J 4C3  
Tél. : (403) 495-4782  
Télécopieur : (403) 495-4507

11<sup>e</sup> étage  
510, 5<sup>e</sup> rue sud-ouest  
Calgary (Alb.)  
T5P 3S2  
Tél. : (403) 292-6660  
Télécopieur : (403) 292-4578

### **Territoires du Nord-Ouest**

Édifice Precambrian  
10<sup>e</sup> étage  
C.P. 6100  
Yellowknife (T.N.-O.)  
X1A 2R3  
Tél. : (403) 920-8578  
Télécopieur : (403) 873-6228

### **Saskatchewan**

Bureau 401  
119, 4<sup>e</sup> avenue sud  
Saskatoon (Sask.)  
S7K 5X2  
Tél. : (306) 975-4400  
Télécopieur : (306) 975-5334

4<sup>e</sup> étage

1955, rue Smith  
Regina (Sask.)  
S4P 2N8  
Tél. : (306) 780-5020  
Télécopieur : (306) 780-6679

### **Manitoba**

7<sup>e</sup> étage  
330, avenue Portage  
C.P. 981  
Winnipeg (Man.)  
R3C 2V2  
Tél. : (204) 983-4090  
Télécopieur : (204) 983-2187

### **Ontario**

Édifice Dominion Public  
4<sup>e</sup> étage  
1, rue Front ouest  
Toronto (Ont.)  
M5J 1A4  
Tél. : (416) 973-5000  
Télécopieur : (416) 973-8714

### **Québec**

Tour de la Bourse  
Bureau 3800  
800, place Victoria  
C.P. 247  
Montréal (Qc)  
H4Z 1E8  
Tél. : (514) 283-7907  
Télécopieur : (514) 283-8794

### **Nouveau-Brunswick**

Place Assumption  
770, rue Main  
C.P. 1210  
Moncton (N.-B.)  
E1C 8P9  
Tél. : (506) 857-4782  
Télécopieur : (506) 851-6429

### **Île-du-Prince-Édouard**

Confederation Court Mall  
Bureau 400  
134, rue Kent  
C.P. 1115  
Charlottetown (Î.-P.-É.)  
C1A 7M8  
Tél. : (902) 566-7400  
Télécopieur : (902) 566-7450

### **Nouvelle-Écosse**

Tour Central Guaranty Trust  
5<sup>e</sup> étage  
1801, rue Hollis  
C.P. 940, Succursale M  
Halifax (N.-É.)  
B3J 2V9  
Tél. : (902) 426-4782  
Télécopieur : (902) 426-2624

### **Terre-Neuve**

Place Atlantic  
Bureau 504  
215, rue Water  
C.P. 8950  
St. John's (T.-N.)  
A1B 3R9  
Tél. : (709) 772-5511  
Télécopieur : (709) 772-5093

### **RÉSEAU MONDIAL D'INFORMATION SUR LES EXPORTATIONS**

Le réseau mondial d'information sur les exportations (Exportations WIN) est un système informatisé conçu par MAECI pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à établir des liens entre les besoins relevés sur les marchés à l'étranger et les capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit à l'utilisateur des renseignements sur les capacités, l'expérience et l'intérêt de plus de 30 000 exportateurs canadiens. Pour s'inscrire au répertoire Exportations WIN, composer (613) 996-5701.



## **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 est géré par les bureaux régionaux d'Industrie Canada et financé par MAECI. Les activités admissibles à l'aide financière du PDME (jusqu'à 50 p. 100 des coûts) sont, entre autres :

- la participation à des foires commerciales étrangères reconnues, à l'extérieur du Canada;
- les voyages pour repérer des marchés d'exportation et les visites d'acheteurs étrangers au Canada;
- la préparation d'appels d'offres ou de propositions de projets à l'étape précontractuelle pour des projets à réaliser à l'extérieur du Canada;
- l'ouverture de bureaux permanents de vente à l'étranger afin d'appuyer des efforts de commercialisation soutenus;
- les activités spéciales des organisations sans but lucratif du secteur alimentaire, agricole et de la pêche qui ne font pas de vente, et des offices de commercialisation et notamment les foires commerciales, les essais techniques et les démonstrations de produits.

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 de gens d'affaires et de représentants gouvernementaux étrangers en visite au Canada qui peuvent influencer les ventes à l'exportation.

Pour information, appeler au (613) 996-7200.

## **FINANCEMENT INTERNATIONAL**

---

MAECI 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, en savoir davantage sur la situation concurrentielle et déterminer si l'exploitation éventuelle d'un marché financée par une IFI serait opportune

et rentable. MAECI peut fournir en outre 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 :

**Direction du financement international**  
Ministère des Affaires étrangères et du  
Commerce international  
Tél. : (613) 995-7251  
Télécopieur : (613) 943-1100

## **PROGRAMME D'APPORTS TECHNOLOGIQUES**

---

Géré par MAECI et pris en charge localement par le Conseil national de recherches du Canada, ce programme vise à aider les entreprises canadiennes à localiser, acquérir et adopter les technologies étrangères en favorisant la collaboration internationale. Industrie Canada contribue également à la diffusion de ce programme. Les agents de programme répondent aux demandes visant à repérer des technologies et les possibilités de collaboration entre des entreprises canadiennes et des sociétés étrangères. Ce programme vient aussi en aide aux sociétés canadiennes qui effectuent des visites exploratoires à l'étranger afin de repérer des technologies étrangères qui les intéressent et de négocier leur acquisition.

## **PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT**

---

Ce programme aide les entreprises canadiennes à trouver les fonds dont elles ont besoin. Il favorise la promotion des investissements qui prennent la forme de nouvelles usines et de matériel, de co-entreprises ou de partenariats stratégiques. Il 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. Les agents d'investissements peuvent s'adresser à des investisseurs étrangers et leur faire rencontrer les sociétés canadiennes. Pour de plus amples renseignements, appeler au (613) 993-7348.

## INDUSTRIE CANADA

Industrie Canada s'est vu confier à sa création un vaste mandat pour améliorer la capacité concurrentielle de l'industrie canadienne. En ce qui concerne les petites entreprises, il s'est vu confier des responsabilités particulières :

- développer, mettre en œuvre et promouvoir une politique nationale visant à favoriser 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 une politique nationale visant à favoriser l'entrepreneuriat ainsi que la création et la croissance des petites entreprises;
- élaborer et mettre en œuvre une politique et des programmes nationaux ayant trait aux avantages industriels découlant du programme d'achats de biens et de services du gouvernement du Canada;
- promouvoir et fournir des services de soutien à la commercialisation des biens, des services et de la technologie canadienne;
- promouvoir les investissements dans l'industrie, les sciences et la technologie canadiennes.

## BUREAUX RÉGIONAUX D'INDUSTRIE 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 commerciaux, du développement technologique et industriel ainsi que du développement commercial et des marchés. Ils assurent également la promotion et la gestion de tout un ensemble de programmes et de services.

Les bureaux régionaux d'Industrie Canada ont des compétences particulières dans les domaines 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;
- partage des locaux avec les Centres de commerce international reliés à MAECI et aux représentations commerciales canadiennes à l'étranger;
- intéresser leurs clients aux nouvelles entreprises et aux compagnies seuil;
- renseignements commerciaux d'Industrie Canada.

## RÉSEAUX D'APPROVISIONNEMENT ET DE DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES (RADAR)

RADAR est une base de données informatisée qui contient des données sur 26 000 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 Industrie Canada, conjointement avec les gouvernements provinciaux participants. RADAR devait au début permettre aux délégués commerciaux de MAECI à travers 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, non seulement pour trouver des fournisseurs canadiens mais également pour se procurer des renseignements sur les marchés et sur leurs possibilités. La majorité des abonnés sont des sociétés canadiennes.

Pour renseignements : (613) 954-5031.

## SERVICE D'INFORMATION COMMERCIALE

Ce service fournit aux entreprises canadiennes des renseignements précis sur les marchés par produit. Il aide les entreprises à tirer parti des possibilités sur les marchés intérieurs et étrangers et en matière de transfert de technologie et de nouveaux investissements dans le domaine de la fabrication. Ces sociétés canadiennes utilisent ces renseignements pour prendre leurs décisions en ce qui

concerne la fabrication, la mise au point de produits, la commercialisation et l'élargissement des marchés. Les renseignements fournis portent sur les valeurs, le volume et les prix unitaires des importations, les caractéristiques de produits importés particuliers (par exemple matériaux, catégories, gamme de prix, etc), les noms des importateurs, les principaux pays d'exportation, le nom des exportateurs étrangers qui exportent vers le Canada, la production canadienne, les exportations canadiennes et les importations américaines. Les deux tiers des clients de ce service sont de petites entreprises. S'adresser à Industrie Canada, Service d'information commerciale, au numéro (613) 954-4970.

#### **AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONALE**

Une source importante de financement éventuelle des entreprises canadiennes au Mexique est le fonds spécial de l'Agence canadienne de développement international (ACDI) accessible par l'entremise du Programme de coopération industrielle connu sous le nom de INC. INC appuie le développement des liens avec le secteur privé au Mexique. Il encourage les sociétés canadiennes à échanger leurs compétences et leur expérience avec des partenaires mexicains et d'autres pays. Toute une série de mécanismes d'INC aident les entreprises à mettre en place des accords de collaboration mutuellement avantageux en matière de transfert de technologie et de création d'emplois au Mexique.

Cinq mécanismes d'INC aident les entreprises canadiennes admissibles à réaliser des études et à fournir des conseils professionnels aux clients éventuels. Quand un projet porte sur l'amélioration de l'environnement, le transfert de technologie, l'aide au développement des 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 menacer d'autres emplois au Canada. En vérité, la plupart des projets qui ont reçu l'aide de l'ACDI ont entraîné une augmentation nette du nombre d'emplois au Canada.

#### **Direction de la coopération industrielle Agence canadienne de développement international**

200, promenade du Portage  
Hull (Qc)  
K1A 0G4  
Tél. : (819) 997-7905/7906  
Télécopieur : (819) 953-5024

#### **AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE (APECA)**

Les entreprises du Canada atlantique qui veulent développer leurs exportations au Mexique peuvent être admissibles à une 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.

Le Programme Action vient en aide aux entreprises qui veulent développer leurs marchés en élaborant des plans de commercialisation. L'Agence cherche à relever les possibilités commerciales découlant de l'évolution économique mondiale, mène des projets de communication pour promouvoir la région, des missions commerciales et des activités connexes et vise une meilleure coordination des organismes fédéraux et provinciaux qui ont un rôle à jouer quant aux perspectives de débouchés commerciaux et d'investissements.

#### **Administration centrale de l'APECA**

Centre Blue Cross  
644, rue Main  
C.P. 6051  
Moncton (N.-B.)  
E1C 9J8  
Numéro sans frais : 1-800-561-7862  
Télécopieur : (506) 851-7403

#### **Terre-Neuve et Labrador**

Bureau 801, Atlantic Place  
215, rue Water  
C.P. 1060, Succursale C  
St. John's (T.-N.)  
A1C 5M5  
Tél. : (709) 772-2751  
Numéro sans frais : 1-800-563-5766  
Télécopieur : (709) 772-2712

### **Nouvelle-Écosse**

Bureau 600  
1801, rue Hollis  
C.P. 2284, Succursale M  
Halifax (N.-É.)  
B3J 3M5  
Tél. : (902) 426-8361  
Numéro sans frais : 1-800-565-1228  
Télécopieur : (902) 426-2054

### **Île-du-Prince-Édouard**

75, rue Fitzroy  
3<sup>e</sup> étage  
Charlottetown (Î.-P.-É.)  
C1A 1R6  
Tél. : (902) 566-7492  
Numéro sans frais : 1-800-565-0228  
Télécopieur : (902) 566-7098

### **Nouveau-Brunswick**

590, rue Brunswick  
C.P. 578  
Fredericton (N.-B.)  
E3B 5A6  
Tél. : (506) 452-3184  
Numéro sans frais : 1-800-561-4030  
Télécopieur : (506) 452-3285

## **DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST**

Les sociétés de l'Ouest canadien qui s'intéressent au Mexique peuvent obtenir une aide du ministère de la Diversification de l'économie de l'Ouest (DEO). Ce ministère fournit une aide financière aux projets qui contribuent à la diversification de l'économie de l'Ouest. Il sert de guide orienteur pour permettre aux entreprises de l'Ouest d'avoir connaissance des programmes de financement et de recevoir des organismes fédéraux ou autres le financement qui convient le mieux à leurs projets. Il défend la cause de l'Ouest dans les décisions à caractère économique d'envergure nationale et assure la coordination des activités fédérales qui ont des répercussions sur la croissance de l'économie dans l'Ouest. Il joue également un rôle dans la promotion du commerce entre l'Ouest du Canada et les marchés à l'étranger. On peut adresser toute demande sur les programmes de Diversification de l'économie de l'Ouest et les autres activités du ministère à l'un des bureaux régionaux suivants :

### **Manitoba**

C.P. 777  
Bureau 712  
The Cargill Building  
240, avenue Graham  
Winnipeg (Man.)  
R3C 2L4  
Tél. : (204) 983-4472  
Télécopieur : (204) 983-4694

### **Saskatchewan**

C.P. 2025  
Bureau 601  
S.J. Cohen Building  
119, 4<sup>e</sup> avenue sud  
Saskatoon (Sask.)  
S7K 5X2  
Tél. : (306) 975-4373  
Télécopieur : (306) 975-5484

Numéro sans frais pour Regina :  
(306) 780-6725

### **Alberta**

Bureau 1500  
Canada Place  
9700, avenue Jasper  
Edmonton (Alb.)  
T5J 4H7  
Tél. : (403) 495-4164  
Télécopieur : (403) 495-4557

Numéro sans frais pour Calgary :  
(403) 292-5382

### **Colombie-Britannique**

C.P. 49276  
Bentall Tower 4  
1055, rue Dunsmuir, bureau 1200  
Vancouver (C.-B.)  
V7X 1L3  
Tél. : (604) 666-6256  
Télécopieur : (604) 666-2553

Numéro sans frais pour  
la Colombie-Britannique :  
1-800-663-2008

## **SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS**

Les entreprises qui exporteront au Mexique auront besoin d'un financement et d'assurances adaptées à leurs transactions. La Société pour l'expansion des exportations (SEE) pourrait être en mesure de les aider dans les deux cas. Cette société d'État a pour mandat de faciliter et de développer les exportations du Canada. Elle fournit des assurances, des garanties et un financement à l'exportation, offre des conseils, l'organisation d'ensemble de services financiers et facilite la vente de biens et de services canadiens à l'étranger. SEE offre les services suivants :

### **Assurances à l'exportation et garanties connexes**

- assurance globale multirisque
- assurance globale-risques politiques
- assurance sélective-risques politiques
- assurance-opération individuelle
- garantie-opération individuelle
- assurance préalable au versement du prêt
- assurance-investissement à l'étranger
- assurance-caution de bonne fin
- garantie-caution de bonne fin
- assurance-consortium
- assurance-cautionnement
- garantie-caution de soumission
- assurance-opération individuelle pour les sous-traitants
- assurance-matériel (risque politique)
- assurance-caution de soumission
- garantie à moyen terme pour les produits agricoles

### **Financement des exportations et garanties connexes**

- prêts
- attribution de lignes de crédit
- achat de billets à ordre
- protocoles
- garanties d'emprunt
- crédits spécialisés

Le siège de SEE est situé à Ottawa et la société a des bureaux régionaux à Halifax, à Montréal, à Toronto, à London, à Winnipeg, à Calgary et à Vancouver. Toute demande de renseignements généraux sur les services de SEE peut être acheminée par l'intermédiaire des bureaux régionaux de la société situés dans les grandes villes cana-

diennes. Cependant, seul le bureau d'Ottawa administre les services liés à l'exportation. Les demandes de renseignements sur le financement des exportations au Mexique doivent être adressées au groupe de financement des exportations pour le Mexique et l'Amérique du Sud à Ottawa.

### **Ottawa (Administration centrale)**

151, rue O'Connor  
Ottawa (Ont.)  
K1A 1K3  
Tél. : (613) 598-2500  
Télécopieur : (613) 237-2690

### **Renseignements :**

(613) 598-2739

### **Vancouver**

Bureau 1030  
One Bentall Centre  
505, rue Burrard  
Vancouver (C.-B.)  
V7X 1M5  
Tél. : (604) 666-6234  
Télécopieur : (604) 666-7550

### **Calgary**

Bureau 1030  
510, 5<sup>e</sup> rue sud-ouest  
Calgary (Alb.)  
T2P 3S2  
Tél. : (403) 292-6898  
Télécopieur : (403) 292-6902

### **Winnipeg**

8<sup>e</sup> étage  
330, avenue Portage  
Winnipeg (Man.)  
R3C 0C4  
Tél. : (204) 983-5114  
Télécopieur : (204) 983-2187  
(Manitoba et Saskatchewan)

### **Toronto**

Bureau 810  
Édifice de la Banque nationale  
150, rue York  
C.P. 810  
Toronto (Ont.)  
M5H 3S5  
Tél. : (416) 973-6211  
Télécopieur : (416) 862-1267

### **London**

Bureau 1512  
Centre Talbot  
148, rue Fullarton  
London (Ont.)  
N6A 5P3  
Tél. : (519) 645-5828  
Télécopieur : (519) 645-5580

### **Montréal**

Bureau 4520  
800, place Victoria  
C.P. 124  
Tour de la Bourse  
Montréal (Qc)  
H4Z 1C3  
Tél. : (514) 283-3013  
Télécopieur : (514) 878-9891

### **Halifax**

Purdy's Wharf, Tower 2  
Bureau 1410  
1969, rue Upper Water  
Halifax (N.-É.)  
B3J 3R7  
Tél. : (902) 429-0426  
Télécopieur : (902) 423-0881

## **CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES DU CANADA : PROGRAMME D'AIDE À LA RECHERCHE INDUSTRIELLE**

Les sociétés canadiennes qui souhaitent réussir sur le marché mexicain peuvent avoir besoin de technologies supplémentaires 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 programme existe depuis 40 ans et a acquis la réputation d'être l'un plus souples et des plus efficaces du gouvernement fédéral. PARI tire parti d'un vaste réseau regroupant plus de 120 bureaux locaux et régionaux, 20 centres provinciaux de technologie, les laboratoires et les

instituts de recherche du Conseil de recherches même, les ministères fédéraux et les agents de transfert technologique dans les universités canadiennes. Le réseau du PARI englobe également à l'étranger les conseillers techniques attachés aux services commerciaux canadiens à l'étranger dans environ 18 pays. Pour de plus amples renseignements ou le nom de l'agent du PARI le plus proche, s'adresser à :

### **Bureau du PARI**

#### **Conseil national de recherches du Canada**

Chemin de Montréal  
Bâtiment M-55  
Ottawa (Ont.)  
K1A 0R6  
Tél. : (613) 993-5326  
Télécopieur : (613) 952-1086

## **RESSOURCES IMPORTANTES AU CANADA**

### **ASSOCIATIONS D'AFFAIRES**

Le Conseil canadien pour les Amériques (CCA) est un organisme à but non lucratif 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 d'échanges entre le Canada et les pays de la région. Il publie également une lettre d'information bimensuelle sur la région.

### **Conseil canadien pour les Amériques (CCA)**

Bureau de la direction, 3<sup>e</sup> étage  
145, rue Richmond ouest  
Toronto (Ont.)  
M5H 2L2  
Tél. : (416) 367-4313  
Télécopieur : (416) 367-5460

### **Association des exportateurs canadiens**

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



**Association des manufacturiers canadiens**

75, International Boul., 4<sup>e</sup> étage  
Etobicoke (Ont.)  
M9W 6L9  
Tél. : (416) 798-8000  
Télécopieur : (416) 798-8050

**La Chambre de commerce du Canada**

55, rue Metcalfe, bureau 1160  
Ottawa (Ont.)  
K1P 6N4  
Tél. : (613) 238-4000  
Télécopieur : (613) 238-7643

**BUREAUX DU GOUVERNEMENT MEXICAIN  
AU CANADA**

---

L'ambassade du Mexique, le délégué commercial mexicain au Canada 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.

**Ambassade du Mexique**

130, rue Albert, bureau 1800  
Ottawa (Ont.)  
K1P 5G4  
Tél. : (613) 233-8988  
Télécopieur : (613) 235-9123

**Consulat du Mexique à Ottawa**

Téléphone : (613) 233-6665

**SECOFI**

130, rue Albert, bureau 1700  
Ottawa (Ont.)  
K1P 5G4  
Tél. : (613) 235-7782  
Télécopieur : (613) 235-1129

**AUTRES CONSULATS GÉNÉRAUX  
DU MEXIQUE AU CANADA**

---

**Consulat général du Mexique**

2000, rue Mansfield, bureau 1015  
Montréal (Qc)  
H3A 2Z7  
Tél. : (514) 288-2502 / 288-4916  
Télécopieur : (514) 288-8287

**Consulat général du Mexique**

60, rue Bloor ouest, bureau 203  
Toronto (Ont.)  
M4W 3B8  
Tél. : (416) 922-2718 / 922-3196  
Télécopieur : (416) 922-8867

**Consulat général du Mexique**

1139, rue Pender ouest, bureau 810  
Vancouver (C.-B.)  
V6E 4A4  
Tél. : (604) 684-3547 / 684-1859  
Télécopieur : (604) 684-2485

**Consulat honoraire du Mexique**

380, chemin St-Louis, bureau 1407  
Québec (Qc)  
G1S 4M1  
Tél. : (418) 681-3192

**Consulat honoraire du Mexique**

540, 5<sup>e</sup> avenue sud-ouest, bureau 830  
Calgary (Alb.)  
T2P 0M2  
Tél. : (403) 263-7077 / 7078  
Télécopieur : (403) 263-7075

On trouvera la liste des bureaux des délégués commerciaux mexicains à Montréal, Toronto et Vancouver sous Bancomext.

**BANQUES MEXICAINES AYANT DES BUREAUX  
AU CANADA**

---

Bancomext offre des services de crédit, de garanties d'exportation et de conseils à ceux qui veulent faire des affaires au Mexique. On peut également y obtenir du crédit pour le financement des exportations, des importations et des projets. La banque offre des conseils sur les aspects fiscaux et financiers, la commercialisation et les aspects juridiques des transactions commerciales. Bancomext parraine également des foires commerciales, des expositions internationales et des missions commerciales.

**Bancomex**  
**Commission commerciale du Mexique**  
C.P. 32  
Bureau 2712  
Tour de la Banque TD  
66, rue Wellington  
Toronto (Ont.)  
M5K 1A1  
Tél. : (416) 867-9292  
Télécopieur : (416) 867-1847

**Bancomex**  
**Commission commerciale du Mexique**  
200, rue Granville  
Bureau 1365  
Vancouver (C.-B.)  
V6C 1S4  
Tél. : (604) 682-3648  
Télécopieur : (604) 682-1355

**Bancomex**  
**Commission commerciale du Mexique**  
1501, McGill College  
Bureau 1540  
Montréal (Qc)  
H3A 3M8  
Tél. : (514) 287-1669  
Télécopieur : (514) 287-1844

Banamex 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 reliés à un réseau informatisé de communications 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.

**Banamex (*Banco Nacional de México*)**  
Bureau 3430  
1 First Canadian Place  
C.P. 299  
Toronto (Ont.)  
M5X 1C9  
Tél. : (416) 368-1399  
Télécopieur : (416) 367-2543

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

---

## MINISTÈRES ET SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU MEXIQUE

---

### SERVICES COMMERCIAUX DE L'AMBASSADE DU CANADA AU MEXIQUE

---

La section des affaires commerciales de l'ambassade du Canada au Mexique peut fournir une aide vitale aux Canadiens qui veulent se lancer sur le marché mexicain. Les délégués commerciaux connaissent bien le marché et feront tout en leur possible pour contribuer à la présence des sociétés canadiennes sur le marché mexicain.

Pour téléphoner à Mexico, il faut composer 011-525 avant le numéro local. Pour les autres villes, consulter la liste des indicatifs internationaux au début de l'annuaire téléphonique.

### Section des affaires commerciales Ambassade du Canada au Mexique

Schiller No 529  
Col. Polanco  
Apartado Postal 105-05  
11560 México, D.F.  
México  
Tél. : 724-7900  
Télécopieur : 724-7982

### Consulat canadien

Edificio Kalos, Piso C-1  
Local 108A  
Zaragoza y Constitucion  
64000 Monterrey, N.L.  
México  
Tél. : 443-200  
Télécopieur : 443-048

## RESSOURCES IMPORTANTES AU MEXIQUE

---

### GOUVERNEMENT MEXICAIN

---

#### Secrétariat à la programmation et à la budgétisation

##### *Secretaría de Programación y Presupuesto*

Palacio Nacional Patio de Honor, Piso 4

Col. Centro

06740 México, D.F.

México

Tél. : 542-8762/8763

Télécopieur : 542-1209

Renseignements : 286-1000/1900

#### Secrétariat au commerce et au développement industriel

##### *Secretaría de Comercio y Fomento*

##### *Industrial (SECOFI)*

##### *Dirección General de Servicios al Comercio Exterior*

Alfonso Reyes No 30 Piso 10

Col. Hipódromo de la Condesa

06170 México, D.F.

México

Tél. : 286-1757

Télécopieur : 286-1543

#### Secrétariat aux finances et au trésor

##### *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*

##### *Dirección General Técnica de Ingresos*

Palacio Nacional

1er. Patio Mariano

Col. Centro

06066 México, D.F.

México

Tél. : 518-5420 à 29

Télécopieur : 542-2821

## ASSOCIATIONS D'AFFAIRES

---

#### Association des fabricants de meubles de Jalisco

*Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco*

Niños Héroes 2663

Col. Jardines del Bosque

44520 Guadalajara, Jal.

Tél. : (36) 22-71-78 / 21-50-35

Télécopieur : (36) 22-71-03

#### Association nationale des importateurs et des exportateurs du Mexique

*Asociación Nacional de Importadores y*

*Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)*

Monterrey 130

Col. Roma

06700 México D.F.

Tél. : 584-95-22 / 564-86-18

Télécopieur : 584-53-17

#### Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons du Mexique

*Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y  
Departamentales, A.C. (ANTAD)*

Homero 109 - Piso 11

Col. Polanco

11560 México D.F.

Tél. : 545-88-03 / 254-62-20

Télécopieur : 203-44-95

#### Association nationale des agents maritimes

*Asociación Nacional de Agentes Marítimos*

Homero No 1425, Piso 3

Col. Chapultepec Morales

11510 México, D.F.

México

Tél. : 395-8931

Télécopieur : 520-7165

#### Chambre nationale de l'industrie de la transformation

*Cámara Nacional de la Industria de la  
Transformación (CANACINTRA)*

Vistente Gutierrez Camposeco

Col. Ampliación Napoles

San Antonio 256-8

03849 México, D.F.

Tél. : 563-3400 / 663-0511

Télécopieur : 598-6666

**Chambre de commerce nationale de Mexico**  
*Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo  
de la Ciudad de Mexico (CANACO)*  
Sr Sergio Aldana Contreras  
Reforma 42  
Col. Centro  
06048 México, D.F.  
Tél. : 592-2677 / 592-2665  
Télécopieur : 705-7412

**Conseil mexicain des entreprises pour  
les affaires internationales**  
*Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos  
Internacionales (CEMAI)*  
Homer No 527, Piso 7  
Col. Polanco Chapultepec  
11560 México, D.F.  
México  
Tél. : 250-7033/7539  
Télécopieur : 531-1590

**Conseil de la coordination de la gestion**  
*Consejo Coordinador Empresarial*  
Homer 527, Piso 5  
Chapultepec Morales  
11570 México, D.F.  
México  
Tél. : 250-6977 / 7750  
Télécopieur : 250-6995

**Confédération mexicaine des employeurs**  
*Confederación Patronal de la República Mexicana*  
Insurgentes Sur No 950, Piso 1 y 2  
Col. del Valle  
03100 México, D.F.  
México  
Tél. : 687-6465 / 6467  
Télécopieur : 536-2160

**Chambre de commerce américaine du Mexique**  
*Cámara Americana de Comercio de México, A.C.*  
Mr. John Burton  
Lucerna 78  
06600 México, D.F.  
Tél. : 709-0995  
Télécopieur : 703-2911

**Chambre de commerce du Canada au Mexique**  
*Cámara de Comercio del Canadá en México*  
Srta Alicia Harrsch  
Horacio 1855, Piso 3  
Col. Polanco  
11510 México, D.F.  
Tél. : 203-8211  
Télécopieur : 203-8542

**Confédération nationale des chambres de  
commerce du Mexique**  
*Confederación de Cámaras Nacionales de  
Comercio, Servicios y Turismo*  
(CONCANACO-SERVYTUR)  
Balderas 144 piso 4  
Col. Centro  
06079 México, D.F.  
México  
Tél. : 709-1559 / 709-1119  
Télécopieur : 709-1152

**Institut national de la statistique,  
de la géographie et de l'informatique**  
*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e  
Informática (INEGI)*  
Av. Heroe de Nacorazi No 2301  
Fracc. Jardines del Parque  
20290 Aguascalientes, Ags.  
México  
Tél. : (49) 18-00-34



### Annexe C – COUP D'ŒIL SUR LE MEXIQUE

Le Mexique est un pays qui est à la fois un voisin proche et une entité inconnue. La façon dont est perçu le plus grand pays de langue espagnole est, fait assez surprenant, bien dépassée. Cette impression est en général fondée sur la littérature et les films des années 1940. Il n'est donc pas étonnant de constater que cette impression, déjà assez douteuse à cette époque-là, est encore moins juste aujourd'hui.

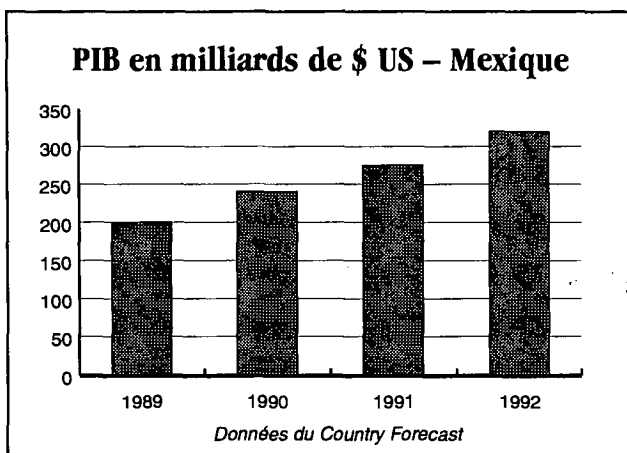
Pendant longtemps, l'économie du Mexique était fermée et protectionniste, ce qui ne contribua guère à des activités d'exploration susceptibles de mettre le pays plus en vue. Les paroles de Porfirio Diaz, « Pauvre Mexique : si loin de Dieu, si proche des États-Unis » constituèrent pendant de nombreuses années une sorte de formule magique d'incantation visant à contrer ce que les Mexicains considéraient comme un empiétement continu sur leur souveraineté de la part de leur voisin le plus proche.

Le Mexique fut contraint, de façon spectaculaire, d'apporter des changements à son économie suite à la chute des prix du pétrole au début des années 1980. Cela avait été précédé d'une brève période d'expansion au cours de laquelle le Mexique commença à enregistrer une croissance réelle pour la première fois depuis des décennies. La récession de l'époque n'épargna pas le Mexique non plus. Alors, reconquérir une partie de la prospérité qui avait semblé si proche de se réaliser quelques années auparavant seulement, voilà ce qui donna un élan à la relance entreprise par le gouvernement de Carlos Salinas de Gortari élu en 1986.

C'est le gouvernement Salinas qui mena à terme les négociations qui permirent au Mexique d'adhérer au GATT, ce qui voulait dire accepter la discipline du GATT. Puis le Mexique introduisit toute une série de réformes fondamentales dans son économie. Le gouvernement renégocia sa dette extérieure, mit sur pied un Plan de développement national en vue de revigorer l'infrastructure nationale, et obtint un solide appui populaire de la part des milieux patronaux et ouvriers, ainsi que de la population en général, pour l'application de mesures volontaires visant à freiner

les salaires et les prix pour réduire l'inflation et stabiliser l'économie. Au nombre des autres éléments clés de la réforme, on compte : la privatisation d'entreprises d'État, la déréglementation, des investissements de taille dans les infrastructures, et des mesures pour encourager les sociétés étrangères à participer à la création d'une assise industrielle moderne et efficace.

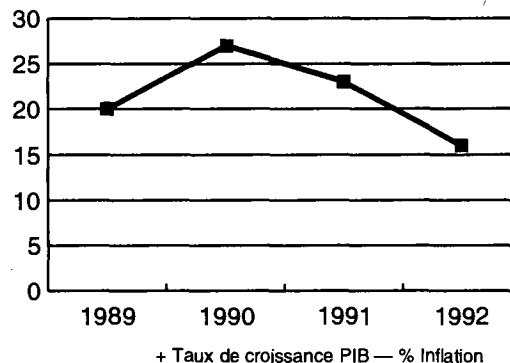
La réduction de la dette constitue l'une des grandes réalisations du Mexique. En 1986, le service de la dette revenait à 46 p. 100 du Produit intérieur brut (PIB), alors qu'en 1994, il ne correspond qu'à environ 30 p. 100. Depuis l'entrée en vigueur des réformes, la croissance demeure forte, atteignant environ 4 p. 100 en 1993, alors que l'on prévoit des niveaux stables d'environ 2 p. 100 pour les quelques années à venir. Le Mexique devrait maintenir une forte croissance tout au long de la décennie. Quelque 85 p. 100 des entreprises d'État



ont été, ou sont en voie d'être privatisées, ce qui a rapporté quelque 20 milliards de dollars au gouvernement tout en le libérant du fardeau de gérer certaines entreprises qui n'étaient plus rentables. Un grand nombre de produits ont vu leurs tarifs baisser, la plupart ne dépassant désormais pas 20 p. 100. Le tarif sur la plupart des produits canadiens importés au Mexique atteint 13,5 p. 100.

Tous ces changements rapides survenus au Mexique ne se font pas sans heurt. La grande pauvreté persiste, et les normes environnementales font meilleure figure sur papier que sur le chantier. Toutefois, le programme « Solidarité » lancé par le président Salinas et son parti au pouvoir a eu de bons résultats en ce qui a trait à la qualité de vie des Mexicains, en particulier de ceux qui vivent à la campagne. Le taux d'inflation a sensiblement

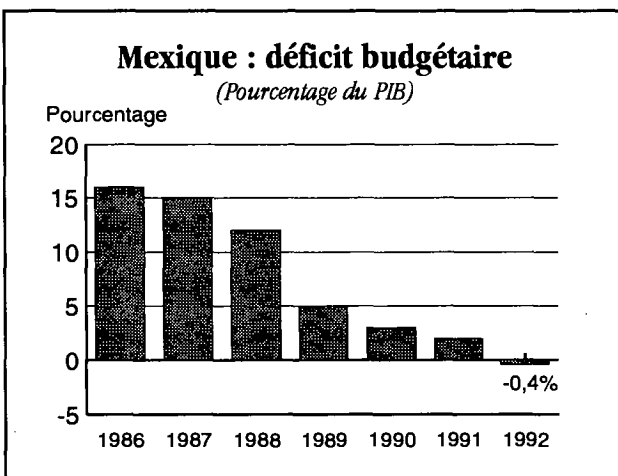
### Taux de croissance du PIB et de l'inflation – Mexique



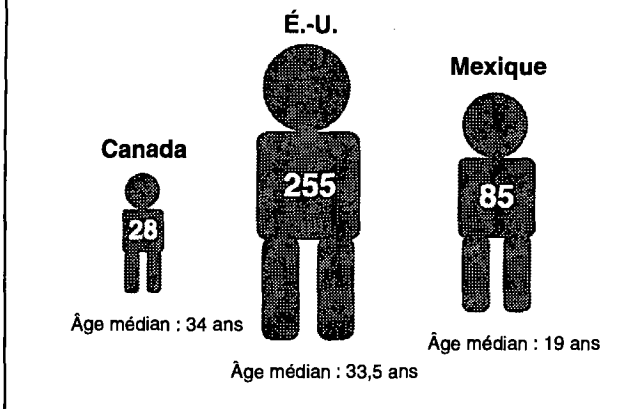
*Données du EIU & Country Forecast*

baissé, le peso a retrouvé une certaine stabilité, l'état des finances publiques va en s'améliorant. On assiste, par conséquent, à des initiatives d'investissement et de création de nouveaux marchés au Mexique de la part des milieux des affaires étrangers œuvrant dans des secteurs d'activités industrielles et commerciales des plus variés. Les sociétés canadiennes qui s'y sont rendues ces dernières années en vue d'y étudier les possibilités font état d'une économie en plein essor et d'une attitude accueillante de la part de leurs homologues mexicains. Le Mexique est lancé sur la route du progrès, une route qu'il compte bien poursuivre.

Suite à une croissance de 3,6 p. 100 en 1991, le PIB augmenta de 2,6 p. 100 en 1992, pour atteindre 320 milliards de dollars américains. Le Mexique se place ainsi au nombre des 20 plus grandes puissances économiques du monde. Exprimé en pourcentage, le commerce et les industries hôtelières constituent le secteur le plus important, le secteur manufacturier les suivant de près.



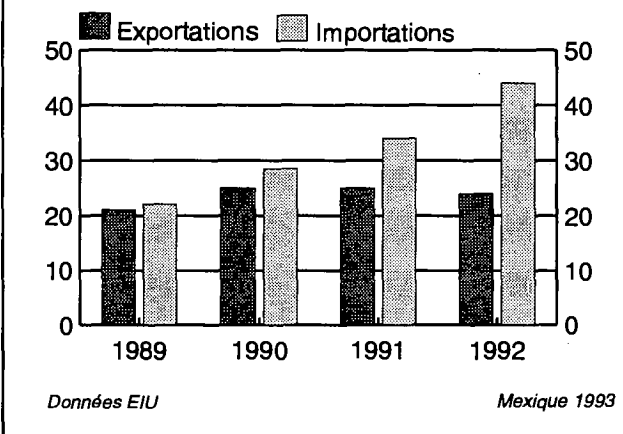
### Amérique du Nord : comparaison de la population en 1992 par âge médian



Grâce à son « Pacte pour la stabilité et la croissance économique » (*El Pacto*), le gouvernement mexicain a obtenu l'adhésion des milieux patronaux et ouvriers aux lignes directrices régissant les augmentations salariales et des prix, et a réussi à négocier les exemptions au sein d'une Commission du suivi et de l'évaluation. C'est en grande partie grâce à cette méthode que le taux d'inflation du Mexique a chuté, de 159 p. 100 en 1987, à un taux estimatif de 7,0 à 9,5 p. 100 en 1993. On prévoit que les taux de croissance se situeront entre 2,5 et 3,0 p. 100 en 1993, après une croissance de 2,6 p. 100 en 1992.

En augmentant l'assiette de l'impôt, le gouvernement mexicain a réussi à baisser les taux d'imposition tout en augmentant le revenu total. Le gouvernement a également sabré dans les dépenses et effectué des réformes fiscales, ce qui s'est d'ailleurs traduit par un surplus dans le secteur public en 1992.

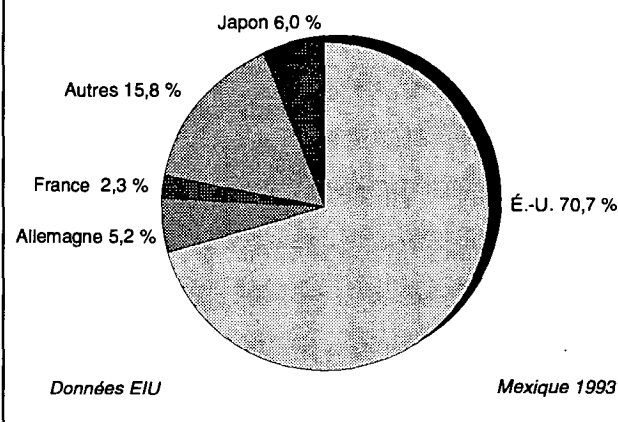
### Commerce extérieur total en milliards de dollars américains



À côté du Canada et des États-Unis, le Mexique est un pays très jeune. On estime que l'année dernière, 57 p. 100 de sa population avait moins de 29 ans; en l'an 2000, lorsque sa population dépassera 100 millions de personnes, on prévoit que 41 p. 100 d'entre elles auront moins de 20 ans.

En 1992, la valeur des exportations du Mexique s'élevait à quelque 27,5 milliards de dollars américains, soit une augmentation de 1,5 p. 100 par rapport à 1991. Pendant la même période, les importations s'élevèrent à quelque 48 milliards de dollars américains, soit une augmentation de 26 p. 100 par rapport à l'année précédente. Le déficit passa donc de 11,18 milliards de dollars américains en 1991 à 20,6 milliards de dollars américains en 1992.

### Principaux marchés – sources d'importations

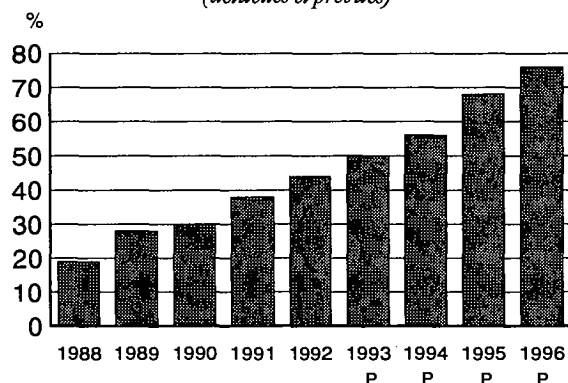


Les États-Unis représentent de loin la plus importante destination des exportations mexicaines, avec 74,5 p. 100 de la part du marché prévu pour 1993. Le Japon et l'Espagne suivent de loin. La valeur des exportations vers le Canada varie d'environ 10 p. 100, selon qu'il s'agisse de méthodes de calcul mexicaines ou canadiennes, les données mexicaines étant plus basses.

Les États-Unis constituent le plus important exportateur de produits au Mexique, leur part s'élevant à un peu plus de 70 p. 100. Le Japon et l'Allemagne suivent de loin. De nouveau, la part des importations canadiennes au Mexique varie selon les calculs mexicains ou canadiens, les données mexicaines étant 1<sup>1</sup>/<sub>2</sub> fois plus élevées que les canadiennes.

### Mexique : importations

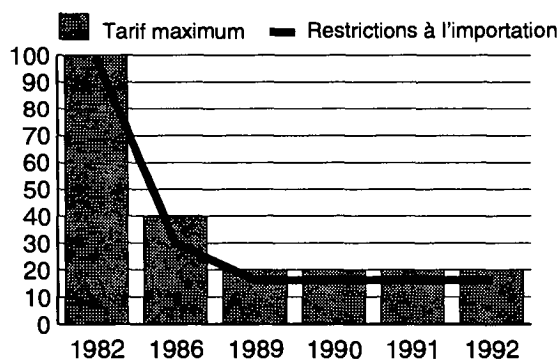
(actuelles et prévues)



Compte tenu d'une économie vouée à une croissance stable pendant les prochaines années, de conditions de marché plus libres, d'une population jeune et en pleine croissance, le Mexique ne manquera pas d'accroître le volume de ses importations au cours des années à venir. Passant d'une valeur de 19 milliards de dollars à quelque 50 milliards de dollars en cinq ans, cela représente un bond remarquable. Cela fait du Mexique l'une des économies ayant enregistré la croissance la plus forte au cours de cette période.

Les barrières tarifaires diminuent depuis 1982 au Mexique, avec une baisse marquée depuis 1986,

### Mexique : barrières tarifaires

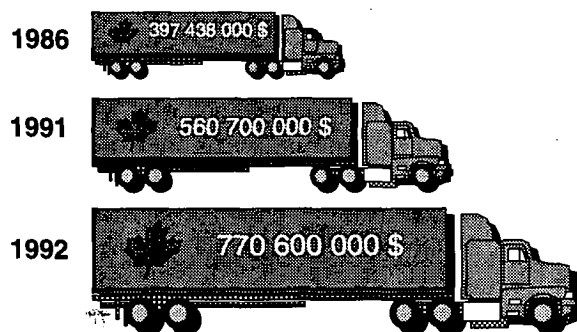


l'année de l'adhésion du Mexique au GATT. Le taux moyen se situe en-dessous de 20 p. 100 pour la plupart des produits et des services. Parallèlement, un grand nombre de restrictions à l'importation ont été levées. À l'heure actuelle, le tarif moyen qui s'applique à 80 p. 100 des produits canadiens importés au Mexique s'élève à 13,1 p. 100.

Le Canada et le Mexique viennent à peine de commencer à exploiter au maximum leurs relations. En 1992, le Mexique était au cinquième rang des pays d'où le Canada importait, et au quatorzième

### Exportations canadiennes au Mexique

(Comparaison 1986-1992)



dés pays où le Canada exportait. Moins de 2 p. 100 des importations canadiennes provenaient du Mexique en 1992, alors que moins de 1 p. 100 des exportations canadiennes y étaient vendues. Le commerce bilatéral s'élevait à 3,5 milliards de dollars, mais les tendances portent à croire que ces chiffres pourraient doubler au cours des cinq prochaines années. On voit déjà les effets de la libéralisation du climat commercial alors que les exportations ont pratiquement doublé en six ans. On a choisi à dessein l'image du camion pour illustrer combien ce marché est à proximité du Canada. Après 1997, les Canadiens seront en mesure d'envoyer leurs camions directement au Mexique et d'en rapporter des biens pour livraison aux États-Unis, ou de prendre une cargaison aux États-Unis pour la livrer au Mexique.



LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20014085 6



