

. 6310 6652 (F)

CA1
EA616
95G27f

DOCS

Canada



LES DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES AU MEXIQUE : LES SERVICES DE GÉOMATIQUE



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



PROFIL SECTORIEL - MEXIQUE

Profil sectoriel – Mexique

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

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

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

© Ministère des Approvisionnements et Services, novembre 1995
N° de catalogue E73-9/38-1995F
ISBN 0-662-80085-0

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

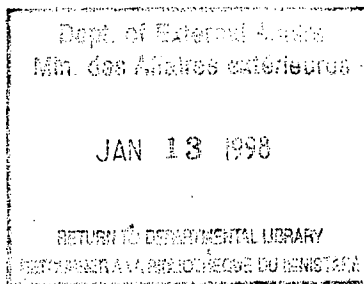
Publié par Prospectus Inc.

Imprimé au Canada.

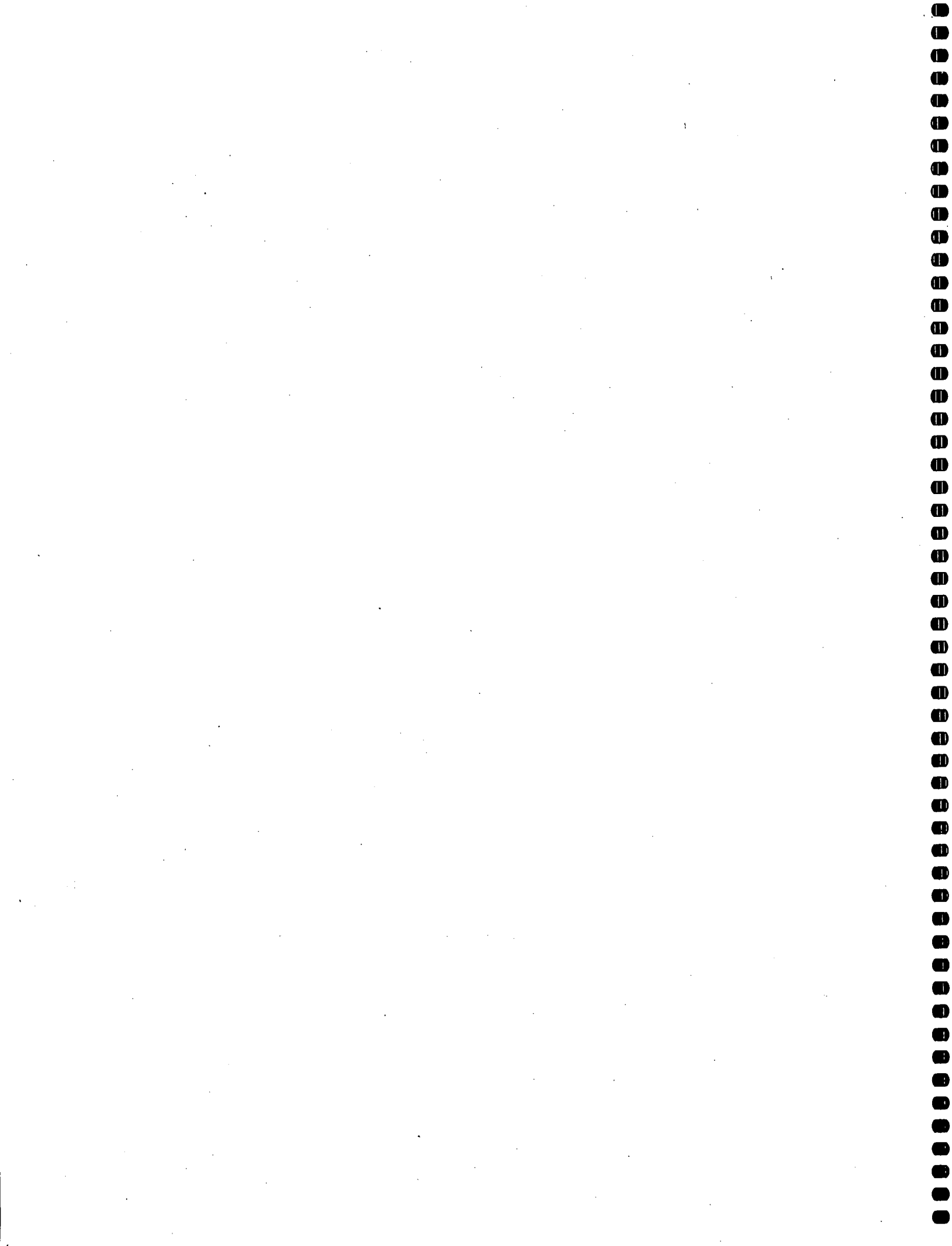
Also available in English.

LES DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES AU MEXIQUE :

SERVICES DE GÉOMATIQUE



Export 
MEXIQUE



MESSAGE DE BAKER & MCKENZIE, AVOCATS

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

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

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

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

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

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

Bill Watson
(416) 865-6910

Allan Turnbull
(416) 865-6923



Roy Kusano
(416) 865-6903

Paul Burns
(416) 865-6912

Mexique



TABLE DES MATIÈRES

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

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

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

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

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

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser au :

Ministère de l'Industrie (MI) par l'intermédiaire des Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants :

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500

Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

CARTOGRAPHIER LE MEXIQUE	7
LE PROGRAMME DES 100 VILLES	8
LE SECTEUR MEXICAIN DE LA GÉOMATIQUE	9
Les sous-secteurs	10
L'emploi	10
La technologie	11
L'intégration	12
LA PLACE DES IMPORTATIONS	13
La participation canadienne	13
LA CLIENTÈLE	14
BANOBRRAS	17
La Commission fédérale de l'électricité	18
La société pétrolière d'État	19
LA CONCURRENCE	20
Les concurrents mexicains	21
Les concurrents étrangers	22
Les atouts canadiens	22
LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS	23
La dévaluation	24
Le changement de gouvernement	24
Les débouchés pour les produits	25
Les possibilités de partenariat	26
LE CADRE RÉGLEMENTAIRE	27
Les politiques industrielles	27
Les approvisionnements	27
STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ	29
L'importance du secteur privé	29
L'adaptation des produits	30
Les présentations techniques	30
Le service	30
Les contrats publics	31
Les partenariats	32
Aider son partenaire mexicain	32
Les salons professionnels	32
Les stratégies à long terme	32

OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE	33
Ministères et services du gouvernement canadien au Canada	33
Contacts importants au Canada	39
Organismes parrains	39
Associations d'affaires et professionnelles	39
Bureaux du gouvernement mexicain au Canada	40
Banques mexicaines ayant des bureaux au Canada	41
Services du gouvernement canadien au Mexique	41
Contacts additionnels au Mexique	42
Ministères du gouvernement mexicain	42
Associations d'affaires et professionnelles	43
Sociétés mexicaines	43

CARTOGRAPHIER LE MEXIQUE

L'information géographique disponible au Mexique est aux trois quarts dépassée. Du fait du manque de données cadastrales, une grande partie des impôts fonciers ne sont jamais perçus.

Depuis la fin des années 1980, le Mexique est lancé dans un vaste processus ayant pour but de le doter d'une économie de marché, de moderniser son industrie et de donner à ses producteurs les moyens de prendre leur place sur les marchés internationaux. La reconstruction d'une infrastructure désuète est l'une des principales composantes de cet effort, mais bien qu'un chemin important ait déjà été parcouru dans ce sens, elle a été sérieusement ralentie par un manque de données géographiques, démographiques et cadastrales.

La mensuration cadastrale est l'opération qui permet d'identifier chaque parcelle d'un territoire et son propriétaire. Le cadastre est un registre public de la propriété immobilière, qui sert surtout à des fins de zonage et d'établissement de l'impôt foncier. Dans le cas du Mexique, la plus grande partie des impôts locaux ne sont jamais perçus, par manque de données cadastrales adéquates.

Pour aggraver encore la situation, près de 80 pour 100 des renseignements géographiques détenus par l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, sont considérés comme périmés. Ceci entraîne des problèmes majeurs pour le *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social, le plus gros consommateur d'informations géographiques, démographiques et cadastrales, qui est responsable de la planification du développement régional et de l'allocation de l'aide financière aux gouvernements des États et des municipalités. Il a donc entrepris le *Programa de las 100 Ciudades*, le Programme des 100 villes, qui consiste à dresser des cartes entièrement nouvelles de 100 villes de moyenne importance et qui, à lui seul, fera dépenser aux États et aux municipalités près de 200 millions de dollars US d'ici à 1997.

L'industrie mexicaine de la géomatique étant peu développée, elle n'a pas la capacité d'entreprendre tout ce travail. Même si de nouvelles entreprises se sont créées, quelques-unes seulement possèdent l'expertise et la technologie qui leur permettraient de répondre à un appel d'offres gouvernemental pour un projet intégré. En particulier, seules les plus grandes sont équipées pour la photogrammétrie aérienne, qui est indispensable à la réalisation de nombreux projets. Les firmes pouvant répondre à ce besoin ont une forte influence sur le choix des techniques et services de géomatique.

Les sociétés canadiennes sont avantagées par le fait que l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, a accepté d'adopter les normes canadiennes pour les services cadastraux. Environ la moitié seulement des municipalités participant au plan de développement régional possèdent des données numérisées quelconques. Il y a donc là un débouché important pour les firmes canadiennes.

Il n'existe pas de données fiables sur la taille du marché mexicain de la géomatique. Selon les représentants de la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, le programme de remise à jour des cadastres a un budget de 240 millions de pesos pour 1995 et de 320 millions de pesos pour 1996. Les analystes estiment que ces chiffres représentent la moitié des dépenses publiques consacrées à ce secteur, qui constituent elles-mêmes 80 pour 100 du marché total. Ce dernier aurait donc une valeur de l'ordre de 600 millions de pesos pour 1995, soit environ 120 millions de dollars US si on fait une hypothèse sur la valeur à laquelle se stabilisera le peso.

LE PROGRAMME DES 100 VILLES

À fin 1994, les dépenses cadastrales s'élevaient à 50 millions de dollars US, dont environ 70 pour 100 financés par la Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS), Banque nationale pour les travaux et services publics.

L'un des problèmes de développement régional les plus graves au Mexique est dû à la persistance d'un exode rural vers les grandes villes, en particulier Mexico, Guadalajara, Monterrey et Puebla. La croissance urbaine s'est faite presque sans contrôle, entre autres par manque de planification et d'information, et a amené une grave dégradation de l'environnement et une surcharge des services sociaux.

Pour y faire face, le *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social, a lancé un programme massif de développement de 114 villes de moyenne importance. Connu sous le nom de *Programa de las 100 Ciudades*, Programme des 100 villes, il a pour but d'attirer les populations rurales vers d'autres lieux de migration, afin d'équilibrer la croissance urbaine et de réduire les impacts environnementaux.

Les villes concernées sont réparties à travers les 31 États du Mexique. Le programme vise le développement des infrastructures, la lutte contre la pollution et la mise en place de centres de services sociaux. Il comporte quatre phases, et chacune des villes a été classée dans celle qui correspond à ses besoins de développement propres. La première phase a commencé en 1990; la seconde devait se terminer en 1994.

La base de ce programme consiste à établir des cartes complètes et un zonage géographique pour chacune des villes. La municipalité doit ensuite communiquer ces renseignements à *SEDESOL*, qui s'en sert pour constituer une grande banque de données. Le quart environ des villes ont été cartographiées au cours des deux premières phases du programme. La durée typique du projet pour une ville est de trois ans de la planification initiale à la finalisation d'un cadastre complet.

À long terme, ces projets doivent s'autofinancer par l'augmentation des recettes fiscales. En effet, si une grande partie des impôts fonciers ne sont pas perçus actuellement au Mexique à cause d'un manque de données cadastrales fiables, certaines estimations prévoient que les recettes fiscales augmenteront de 90 pour 100 grâce à ce programme. L'industrie privée assumera environ le quart des coûts de développement. Le financement initial et le soutien sont assurés par le gouvernement fédéral. Les fonds de planification proviennent généralement de

l'État ou de la municipalité. Le financement de l'exécution de projets spécifiques est fourni par le *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social, et par la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics. S'il provient de *BANOBRAS*, le plan cadastral doit être préparé par un consultant. Les plans initiaux coûtent habituellement entre 70 000 et 100 000 dollars US, et l'ensemble des travaux revient entre 3 et 10 millions de dollars US. À la fin de 1994, 50 millions de dollars US avaient été dépensés pour des travaux de cadastre, dont 70 pour 100 financés par *BANOBRAS*.

La crise économique, précipitée par la forte dévaluation du peso en décembre 1994, a laissé de nombreux gouvernements locaux à court de moyens pour assurer leur part de financement. *BANOBRAS* envisage d'augmenter sa participation, afin que le programme puisse continuer.

LE SECTEUR MEXICAIN DE LA GÉOMATIQUE

Sept sociétés dominent le marché des projets intégrés. Elles prennent les grandes décisions d'ordre technologique et sous-traitent des parties de projet à une quarantaine de firmes moins importantes.

L'industrie mexicaine de la géomatique a connu une croissance importante au cours des dernières années. Elle compte maintenant près de 50 entreprises, dont sept qui dominent le marché des cadastres municipaux :

- *Sistemas de Información Geográfica (SIGSA);*
- *Digitalización y Cartografía Urbana (DICARTU);*
- *Servicios Catastrales (SERCA);*
- *Estudios Topográficos de México (ESTOMSA);*
- *Bufete de Estudios de Ingeniería (BEISA);*
- *Fotogrametría XXI; et*
- *Ingeniería Sistematizada (VIMEX).*

Avec ses 300 employés, *SIGSA* est généralement considérée comme le leader de ce secteur.

Ces entreprises fournissent des services intégrés comprenant l'analyse, la conception, la cartographie aérienne, l'intégration de systèmes, le matériel et le logiciel. Elles reçoivent souvent des contrats clés en main pour de grands projets, et en sous-traitent des composantes à une quarantaine de firmes plus petites, qui ont autour de 10 employés et utilisent pour la plupart des techniques dépassées. En règle générale, ce sont les grandes entreprises retenues pour les contrats de photogrammétrie et de cartographie aérienne qui choisissent la technologie de géomatique qui sera utilisée.

La segmentation du marché se fait surtout en fonction du degré d'intégration des produits. Étant donné qu'il y a au plus huit sociétés mexicaines qui puissent fournir une «solution totale», la sous-traitance est extrêmement courante. Cette tendance est encore accentuée par le fait que les plus grandes entreprises, ayant prévu un ralentissement du marché, hésitent à prendre de l'expansion, en particulier dans le domaine des travaux de cadastre peu évolués.

Ces entreprises offrent aussi des progiciels, importés dans la plupart des cas, dont elles détiennent l'exclusivité. En général, la clientèle tend à utiliser les logiciels proposés par son fournisseur habituel, sans chercher à en évaluer d'autres.

LES SOUS-SECTEURS

Le secteur de la géomatique peut être divisé en six grands sous-secteurs :

- la conception de projets;
- la photographie aérienne et imagerie satellitale;
- la restitution et la correction d'images;
- la numérisation et la conversion des données;
- le travail de terrain (topométrie); et
- la développement de systèmes d'information géographique (SIG).

La demande en services de géomatique de pointe est plus importante que pour les applications plus traditionnelles. Les municipalités représentent de loin la composante la plus importante de ce marché. Celui-ci nécessitait jusqu'à présent une technologie relativement peu évoluée et un faible degré d'intégration des services, mais des matériels et des méthodes avancés commencent à s'imposer dans ce secteur.

Les entreprises étatiques telles que *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, et la *Comisión Federal de Electricidad (CFE)*, Commission fédérale de l'électricité, ont des besoins relativement complexes.

L'EMPLOI

Le secteur public est de loin le principal employeur dans le domaine des systèmes d'information géographique (SIG). Les organismes gouvernementaux étant les plus gros acheteurs de SIG, c'est donc là que le plus de compétences se développent. La plupart des ministères fédéraux ont leur propre service de SIG, mais on ne dispose pas de données précises sur le nombre de personnes qu'ils occupent. L'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, emploie 38 000 personnes, mais seulement 200 travaillent au service de géographie.

L'innovation et le développement d'applications spécialisées proviennent principalement du secteur privé, où se trouvent également les spécialistes les plus talentueux. Les analystes estiment que l'industrie privée de la géomatique emploie environ 3 000 personnes. Selon l'un d'eux, il n'y aurait au Mexique qu'environ 250 géomaticiens possédant des compétences avancées.

Pour être engagés par un gouvernement dans ce domaine, les candidats doivent détenir au moins un baccalauréat, généralement en ingénierie ou en géographie. Dans le secteur privé, les employés ont plutôt moins d'expérience : on recrute souvent, par exemple, des étudiants en architecture, en topographie ou en informatique. Les techniciens sont généralement engagés comme apprentis, avec un minimum de 12 ans de scolarité. Les meilleurs spécialistes des deux secteurs ont des diplômes postuniversitaires d'Europe, du Canada ou des États-Unis, mais peu d'entre eux sont expérimentés dans l'intégration de systèmes avancés ou le développement d'applications spécialisées.

LA TECHNOLOGIE

Quand on parle de systèmes d'information géographique (SIG), il est utile d'effectuer une distinction entre deux types de technologies : la technologie de produit, c'est-à-dire celle qui fait partie intégrante du produit et qui affecte la manière dont le client va l'utiliser, et la technologie de procédé, qui est utilisée pour fabriquer le produit lui-même.

Le marché mexicain est très dépendant de la technologie de produit étrangère. Les professionnels sont généralement au courant des nouveautés et se les procurent, au fur et à mesure de leurs besoins, auprès de fournisseurs étrangers. Cet aspect de la technologie constitue donc rarement une limitation, si l'on exclut les questions de coût. Il ne faut pas oublier, par ailleurs, que les besoins de l'utilisateur final ne justifient pas toujours le recours à des techniques de pointe et que certains petits fournisseurs travaillent encore avec le logiciel AUTO-CAD. Pour avoir du succès, les sociétés étrangères doivent donc savoir s'adapter en évitant que leur technologie de produit ne soit trop évoluée pour le client.

En revanche, la technologie de procédé est généralement mal développée au Mexique. Ceci est dû en partie au manque d'expérience des firmes mexicaines, dont un grand nombre n'existent que depuis deux ou trois ans.

Selon des représentants de la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale des travaux et services publics, ARC-INFO est le progiciel le plus populaire. Le langage d'interrogation structuré (SQL) est aussi utilisé couramment pour le développement d'applications. Le logiciel SQL est distribué par *Ingeniería Sistematizada (VIMEX)* et ARC-INFO par *Sistemas de Información Geográfica (SIGSA)*. Un progiciel d'origine espagnole, distribué par *Estudios Topográficos de México (ESTOMSA)*, a également connu un certain succès, en partie parce qu'il utilise la langue espagnole. Bien qu'AUTO-CAD ait été populaire par le passé, il est maintenant remplacé par des logiciels plus évolués.

Les utilisateurs mexicains admettent que ces technologies de procédé ne sont pas les plus perfectionnées, mais ils les préfèrent souvent pour leur simplicité et leur bas prix. D'une manière générale, le marché a été lent à accepter les produits de pointe, d'une part pour une question de coût et d'autre part parce que les décideurs ne comprennent pas toujours bien la technologie des SIG. Ceci est en train de changer et les fournisseurs canadiens pourront vendre des solutions avancées à condition de les présenter de manière adéquate.

Digitalización y Cartografía Urbana (DICARTU) est la seule société mexicaine à commercialiser son propre logiciel d'information géographique, sous le nom d'AUDOS. Il n'est cependant pas compatible avec les logiciels SIG plus traditionnels, ce qui a ralenti son succès commercial. *DICARTU* travaille actuellement à lui donner plus de souplesse. Il semble qu'une autre firme, *Sistemas Ortofotogramétricos Ingeniería Aplicada (SOFIA)* soit aussi en train de mettre au point un logiciel purement mexicain.

Il y a peu d'équipements de photographie et de télédétection avancés au Mexique. Le leader de la profession, *Sistemas de Información Geográfica (SIGSA)*, a de vieux appareils allemands à bord de ses avions. En général, le matériel de photographie et de production est européen, tandis que les logiciels et la technologie viennent des États-Unis. Les matériels IBM et HP sont les plus populaires. Les services de satellites sont entièrement importés, généralement de source française ou américaine. La *Comisión Federal de Electricidad (CFE)*, Commission fédérale de l'électricité, a manifesté un certain intérêt pour les services de satellites russes.

Deux sociétés exploitent les marchés de la télédétection et des données à référence spatiale : *NIVELES*, qui distribue les images des satellites Landsat et *COSMOCOLOR*, celles des satellites SPOT. Aucune des deux n'utilise de technologie mexicaine.

L'INTÉGRATION

Le sous-secteur des systèmes d'information géographique (SIG) ne comporte pas d'exemples officiels d'intégration horizontale. Toutefois, comme il s'agit d'un milieu très restreint, les dirigeants des principales firmes mexicaines se connaissent très bien. Il y a également beaucoup de sous-traitance entre ces entreprises. Ces liens informels sont encore renforcés par de fréquents échanges de personnel entre les grands fournisseurs et leurs clients.

On connaît un seul exemple d'intégration verticale : *Ingenieros Civiles Asociados (ICA)*, une firme d'ingénierie à part entière, qui œuvre dans plusieurs domaines dont le transport, l'environnement, la construction et la géomatique, et qui, si elle participait à des projets de remise à jour des cadastres, bénéficierait en principe d'un accès privilégié à des projets d'infrastructure connexes. On croit savoir, cependant, qu'*ICA* a décidé de se concentrer sur ses activités de fond et de réduire sa présence sur le marché de la géomatique.

LA PLACE DES IMPORTATIONS

La complexité croissante des techniques fait progressivement évoluer les marchés d'importation vers la prestation de services avancés.

Il n'existe pas de données fiables sur la taille des marchés d'importation de produits et de services de géomatique, ni sur la part de marché détenue par chacun des concurrents. Les produits n'apparaissent pas séparément dans les statistiques commerciales officielles et les services ne sont pas comptés du tout.

On estime, dans l'industrie, que les produits représentent environ 90 pour 100 des importations, leurs principales sources étant les États-Unis, la France, l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse. Selon un expert, la part du Canada se situerait autour de 5 pour 100.

L'ensemble du matériel de photographie aérienne, des appareils de restitution photogrammétrique, des tablettes à numériser, de l'imagerie satellitale et de l'équipement de traitement des films est importé. Les logiciels développés localement bénéficient du fait qu'ils fonctionnent en espagnol, mais on les considère généralement comme étant inférieurs aux produits étrangers.

Par contre, l'importation des services semble moins développée, sauf dans les domaines hautement techniques. Par exemple, la participation étrangère à des travaux de cartographie aérienne s'est limitée jusqu'à présent à des cas isolés de firmes texanes ou californiennes ayant traversé la frontière pour des contrats mineurs. Les seules exceptions notables sont quelques installations de gros systèmes d'information géographique (SIG) pour des organismes gouvernementaux. L'imagerie satellitale et le traitement des données à référence spatiale sont presque monopolisés par les États-Unis et la France, à cause de leurs satellites Landsat et Spot.

De nombreux experts estiment que le Mexique a besoin de plus de services étrangers, surtout dans les domaines de la conception de projets, de l'intégration de systèmes, des techniques de production et de la conversion des données à référence spatiale. Selon eux, les firmes mexicaines qui voudront conserver un avantage devront adopter des services étrangers en complément des techniques qu'elles utilisent déjà. On peut citer comme exemples la coentreprise entre *Bufete de Estudios de Ingeniería (BEISA)* et QC Data, de l'Alberta, qui développe actuellement un système de cadastre parcellaire pour quatre États du Mexique, et TerreNet, une firme de l'Ontario, qui travaille avec des partenaires mexicains dans l'État du Nuevo León.

LA PARTICIPATION CANADIENNE

Les entreprises canadiennes ont connu quelques succès importants sur le marché mexicain des systèmes d'information géographique (SIG). Deux de leurs réalisations sont dignes de mention.

La première fut l'installation du SIG de l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique. Ce contrat, d'une valeur de 22 millions de dollars canadiens, avait été adjugé à un consortium canadien dont le chef de file était SNC Lavalin et qui bénéficiait du soutien de Ressources naturelles Canada. Le projet est maintenant terminé et fonctionne bien.

La seconde fut l'implantation du logiciel canadien SPANS au *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social. Les analystes notent que ce logiciel avait été choisi pour son coût modeste, et non pour son avant-gardisme technique. Cette réalisation ne constitue donc pas nécessairement un exemple de débouché.

Un grand nombre d'experts mexicains consultés pour cette étude estiment que les entreprises canadiennes n'ont pas su profiter pleinement de ces succès, puisque la plupart des systèmes de cadastre utilisés dans le pays sont encore basés sur des logiciels américains ou espagnols. Il est intéressant de noter que peu des firmes mexicaines interrogées savaient que le système de l'*INEGI* était canadien.

LA CLIENTÈLE

Les gouvernements représentent 80 pour 100 du marché, mais ce sont les entreprises privées qui choisissent la technologie et prennent l'initiative des nouveaux projets.

Les principaux acheteurs de services de géomatique sont les gouvernements des États et des villes, qui utilisent l'information ainsi obtenue à des fins d'établissement de l'impôt foncier et d'administration municipale. L'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, est le principal fournisseur de données géographiques, démographiques et économiques sur le pays dans son ensemble. Ces renseignements sont communiqués au *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social, qui s'en sert pour gérer le système de répartition de l'aide financière entre les différents gouvernements. Selon des représentants de la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, le secteur public représenterait environ 80 pour 100 du marché des systèmes d'information géographique (SIG). On estime par ailleurs que les programmes de remise à jour des cadastres constituent environ la moitié du marché du secteur public.

Les décisions d'achat ne sont pas laissées entièrement à la discrétion des États et des municipalités : *SEDESOL* et *BANOBRAS* imposent leurs propres conditions à l'obtention d'une aide financière, et l'*INEGI* joue un rôle dans l'établissement des normes techniques. La compatibilité est devenue l'un des critères de choix principaux car on attribue en grande partie les lacunes actuelles au fait qu'elle n'était pas suffisamment prise en compte par le passé, et les responsables semblent décidés à corriger cette situation. Par exemple :

- L'*INEGI* est responsable de la production de toutes les cartes du Mexique. L'Institut développe actuellement un SIG national intégré, basé sur les normes de cartographie canadiennes. Il est toutefois actuellement soumis à des restrictions budgétaires dues à la dévaluation du peso et à la compression des dépenses publiques qui en a résulté.

- *SEDESOL* est responsable du développement social et, entre autres, de l'administration des plans d'aide financière pour les gouvernements des États et des villes. Le Secrétariat gère une importante banque de données géographiques, démographiques et économiques. *SEDESOL* utilise le logiciel canadien SPANS.
- *BANOBRAS* est la Banque nationale pour les travaux et les services publics. Elle finance la moitié des projets de cadastre municipaux figurant dans le Programme des 100 villes, et jusqu'à 100 pour 100 de ceux inclus dans son propre programme cadastral.
- Le *Comité de Informática de la Administración Pública, Estatal y Municipal (CIAPEM)*, Comité d'informatique de l'administration publique, étatique et municipale, s'efforce de faciliter l'intégration des systèmes et des données de géomatique. Sa mission principale consiste à fixer des normes pour les logiciels et les systèmes d'information.

Au début de 1995, le gouvernement a créé le *Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP)*, Secrétariat à l'environnement, aux ressources naturelles et aux pêches, qui a repris la responsabilité de l'environnement à *SEDESOL* et assurera la gestion des ressources forestières, minérales et halieutiques du pays. En outre, la Commission nationale des eaux et l'Institut d'hydrotechnique ont été retirés du *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au développement rural, pour être transférés au *SEMARNAP*. Ce dernier peut devenir un utilisateur important de SIG mais, comme il est en cours de réorganisation, on ne sait pas encore quel sera son degré d'influence. De nombreux observateurs pensent que les organismes placés sous la tutelle du *SEMARNAP* conserveront une très grande autonomie en matière d'approvisionnements.

Ils comprennent, entre autres, *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, la *Comisión Federal de Electricidad (CFE)*, Commission fédérale de l'électricité, et la *Comisión Nacional del Agua (CNA)*, Commission nationale de l'eau.

Plusieurs autres organismes publics et parapublics sont aussi des utilisateurs de systèmes et de services d'information géographique. Citons entre autres *Puertos Mexicanos*, l'administration portuaire mexicaine, le *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au développement rural, le *Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)*, Secrétariat aux communications et aux transports, et le *Departamento del Distrito Federal (DDF)*, Ministère du District fédéral.

Dans le secteur privé, le marché est restreint et dispersé. *Teléfonos de México (Telmex)*, la compagnie nationale de téléphone, avec son monopole, est le principal acheteur de SIG, mais ses commandes restent limitées. En 1996, la concurrence sera permise pour la première fois dans ce secteur, ce qui pourrait contribuer à développer ce marché. Le développement touristique est une autre source de demande potentielle. Les banques et les franchiseurs du commerce de détail n'utilisent pas encore les SIG comme cela se fait au Canada, mais ce sont néanmoins des clients éventuels pour l'avenir.

Jusqu'à présent, l'*INEGI* n'a pas pu satisfaire toutes les exigences des organismes ayant des besoins d'information géographique, ce qui oblige parfois ces derniers à créer leur propre programme. Par exemple, après avoir essayé en vain de se procurer auprès de l'*INEGI* les données qui lui étaient nécessaires, la *CFE* les a achetées à des municipalités qui avaient participé aux programmes de remise à jour des cadastres de *BANOBRAS* et *SEDESOL*.

Les représentants de *BANOBRAS* pensent que les gouvernements des États continueront de dominer le marché des produits et services de géomatique, même une fois que l'actuel programme de modernisation cadastrale sera terminé. Ils notent que, sur les 2 406 municipalités que compte le Mexique, environ 400 seulement sont assez importantes pour avoir besoin de SIG évolués, mais que jusqu'à présent, il n'y en a que 200 qui aient procédé à une informatisation quelconque dans ce domaine. L'investissement dans un SIG cadastral étant récupérable, *BANOBRAS* prévoit que les gouvernements des États continueront leurs efforts dans cette direction.

Le gouvernement fédéral, les municipalités et les sociétés parapubliques ont besoin de produits différents, pour atteindre des objectifs différents :

- les municipalités veulent des SIG pour améliorer leurs recettes fiscales par la mise à jour des cadastres; elle n'ont pas besoin pour cela de systèmes avancés;
- les *paraestatales*, ou sociétés parapubliques, comme la *CFE* et *PEMEX*, utilisent les SIG pour effectuer une planification stratégique et logistique détaillée; elles ont donc besoin de systèmes d'information très précis;
- l'*INEGI* et d'autres organes du gouvernement fédéral veulent surtout accumuler et exploiter de grosses bases de données.

Bien que les gouvernements soient les principaux acheteurs de produits de géomatique, c'est le secteur privé qui oriente le marché. En effet, contrairement à ce qui se passe au Canada, les programmes gouvernementaux sont rarement des initiatives internes, et ce sont le plus souvent des entreprises privées qui, après avoir préparé une proposition, viennent la présenter à des acheteurs du secteur public. Il se peut même que, dans certains cas, le rôle du secteur privé s'étende bientôt au financement et à l'exploitation des projets, dans le cadre d'accords de construction-gestion-transfert (CET). Par exemple au Chiapas, *Sistemas Geográficos Digitales* essaie de vendre au gouvernement de l'État un projet cadastral de type CET.

Les contacts et les relations entre personnes ont encore plus d'importance dans le secteur public que dans le privé. C'est pourquoi il est essentiel d'avoir des partenaires bien introduits. On peut parfois accéder à distance à des projets à haute visibilité, comme ceux de l'*INEGI* et de *SEDESOL*, mais dans d'autres cas, il est préférable d'être présent sur place. Un certain nombre de contrats publics sont similaires et répétitifs, ce qui peut permettre des économies d'échelle.

Les critères d'admissibilité aux marchés publics des différents gouvernements ne sont pas toujours les mêmes. On trouvera au chapitre «Cadre réglementaire» la description résumée d'un appel d'offres typique. En règle générale, il faut être présent sur place pour obtenir un marché public. En fait, certains organismes exigent que le soumissionnaire ait un bureau dans leur État, ou au moins qu'il soit prêt à en ouvrir un. Pour les projets financés par *BANOBRAS*, les entreprises doivent avoir un bureau de représentation au Mexique. Les meilleures perspectives se situent dans les villes faisant partie des phases de développement 3 et 4 du *Programa de las 100 Ciudades*, le Programme des 100 villes.

PROGRAMME DES 100 VILLES RÉPARTITION DES PRIORITÉS POUR LES PHASES 3 ET 4

État	Villes	Phase
Aguascalientes	Aguascalientes	3
Baja California	Ensenada	4
	Mexicali	4
	Tecate	4
	Tijuana	4
Baja California Sur	Los Cabos	3
Campeche	Campeche	3
	Ciudad del Carmen	3
Coahuila	Ciudad Acuña	4
	Ramos Arizpe, Arteaga	4
Colima	Villa de Alvarez	4
	Manzanillo	3
Chiapas	San Cristóbal de las Casas	3
	Tapachula	3

BANOBRAS

Depuis 1987, la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, gère son propre plan de modernisation cadastrale, conçu pour aider les États du Mexique à mettre à jour leurs systèmes d'information. Les objectifs recherchés sont d'augmenter les recettes fiscales et de rendre plus efficace la planification urbaine. *BANOBRAS* offre des crédits pouvant aller jusqu'à 100 pour 100 du coût des programmes de modernisation.

En 1992, le *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social, a également créé son plan cadastral, dans le cadre du *Programa de las 100 Ciudades*, le Programme des 100 villes, qui est axé sur les municipalités-clés de chaque État. Quand un projet est admissible, *SEDESOL* en finance la moitié sous forme de subvention, l'autre moitié étant fournie par *BANOBRAS*. Un tel projet comporte normalement une gamme complète de services, dont le développement et les études de définition, la cartographie aérienne, les achats de technologie et la formation du personnel municipal.

Ce programme est depuis quelques années le principal facteur de croissance du secteur de la géomatique. Au début de 1995, environ 70 pour 100 des crédits alloués par *BANOBRAS* à ce programme conjoint avec *SEDESOL* avaient déjà été distribués. Mais les demandes pour le programme de modernisation cadastrale de *BANOBRAS* sont toujours acceptées et 10 crédits ont été autorisés au premier trimestre de 1995. À terme, la croissance se fera plus cyclique et l'activité se concentrera plutôt sur des opérations de mise à jour et d'entretien.

Bien que les travaux de cadastre concernent des villes, les crédits sont normalement versés aux gouvernements des États, qui assurent ensuite la coordination pour toutes les villes se trouvant sur leur territoire. On a pu voir, toutefois, des cas de villes qui géraient leur propre programme de remise à jour cadastrale. Les versements sont effectués selon deux phases de projet :

- la phase 1 est la phase de planification et de préparation, au cours de laquelle sont développés les objectifs et les stratégies du projet. Le résultat est un rapport qui est utilisé pour appuyer une demande de fonds à *BANOBRAS* pour la réalisation de la phase 2. Un rapport typique comporte une définition du problème, une stratégie de modernisation, un plan d'action et une étude d'impact fiscal. Normalement, ce travail doit être effectué par une firme possédant l'expérience des systèmes d'information géographique (SIG) et des méthodes de mensuration cadastrale. Le budget pour cette phase peut varier entre 5 000 et 70 000 dollars US;
- la phase 2 est la mise en application du plan développé à la phase 1. Le budget varie entre 2 et 7 millions de dollars US pour un État. Les travaux de topométrie sont souvent séparés, dans les soumissions, des achats d'équipement et des honoraires de consultation.

Les firmes canadiennes peuvent participer à ce programme à condition d'avoir une présence légale et permanente au Mexique. Ceci peut se faire par l'intermédiaire d'un représentant ou par un accord de coentreprise. Les soumissions pour les deux phases doivent se conformer aux dispositions de la *Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles y su Reglamento*, la Loi sur les acquisitions, les locations et la prestation de services relatifs à des biens meubles et son règlement.

La plupart des appels d'offres sont organisés par les États. Bien qu'ils soient publiés dans le *Diario Oficial*, le Journal officiel, et dans les quotidiens de l'État, ce sont fréquemment des appels d'offres restreints. *BANOBRAS* tient à la disposition des maîtres d'œuvre de projet une liste des entreprises qui font du travail cadastral. Les fournisseurs doivent être approuvés par *SEDESOL* ou *BANOBRAS*, selon le mode de financement.

LA COMMISSION FÉDÉRALE DE L'ÉLECTRICITÉ

La *Comisión Federal de Electricidad (CFE)*, Commission fédérale de l'électricité, est la principale société de distribution d'électricité du Mexique. Elle a pour responsabilités la production et la distribution d'électricité à toutes les régions du Mexique, sauf la vallée de Mexico où ces services sont assurés par la *Compañía de Luz y Fuerza del Centro (LyF)*, Compagnie d'éclairage et d'électricité du Centre. Compte tenu de la nature des activités de la *CFE* et de l'étendue de son territoire, les systèmes d'information géographique (SIG) et la géomatique en général sont des éléments critiques à la fois pour sa planification et pour son exploitation.

Selon les représentants de la *CFE* consultés pour la préparation de ce profil sectoriel, la Commission utilise des techniques et des produits assez évolués : le système GENAMAP pour l'information géographique, ORACLE pour le développement et la gestion de la base de données, et HOT comme gestionnaire de base de données. Le système comprend aussi Cadpad, d'Asea Brown Boveri (ABB), pour aider à planifier la distribution.

Le travail de numérisation a commencé en 1991 et se concentrera sur les régions urbaines jusqu'en 1996. L'information géographique est achetée aux municipalités mexicaines qui ont récemment remis à jour leurs cadastres. En 1992, on a rassemblé des données numériques pour 15 villes; à la fin de 1994, plus de 100 villes avaient été couvertes. Seulement 10 pour 100 environ de ces informations ont été ajoutées à la base de données jusqu'à présent. Il est prévu de numériser 115 autres villes en 1995. Des projets pilotes de numérisation de l'information géographique rurale doivent commencer en 1995. Tout ce travail a été effectué sans faire appel à des consultants externes. Les représentants de la *CFE* pensent que personne au Mexique ne possède d'expertise de pointe dans ce domaine.

Le but ultime visé consiste à ajouter à la base de données les fonctions de conception de projets, de construction, d'exploitation et d'entretien. Il reste quelques contrats à prendre, dont les suivants :

- l'achat de systèmes de positionnement GPS, qui est en cours de négociation avec Motorola;
- l'achat d'images satellitales de zones urbaines, pour la planification à long terme des réseaux de distribution. Un projet pilote a été confié à ABB au début de 1995; et
- l'expansion de la base de données, pour qu'elle puisse aider à gérer les lignes des transformateurs. Un appel d'offres est attendu au cours de 1995.

La conception du système de la *CFE* est faite en grande partie de façon interne, mais les achats à venir se concentreront sur des techniques et des services avancés, qui ne sont pas disponibles au Mexique. Les approvisionnements se font conformément à la *Ley de Obras Públicas y Adquisiciones*, la Loi sur les travaux publics et les acquisitions.

LA SOCIÉTÉ PÉTROLIÈRE D'ÉTAT

Petróleos Mexicanos (PEMEX), la société pétrolière d'État, joue à la fois le rôle de client et celui de concurrent éventuel sur le marché mexicain de la géomatique. Son service de géomatique, *Sistema Corporativo de Información Geográfica (SICORI)*, a récemment commencé à facturer ses coûts à *PEMEX*. Il cherche aussi à obtenir un mandat lui permettant de concurrencer directement le secteur privé sur les projets extérieurs à *PEMEX*. Apparemment, *SICORI* possède une technologie et des compétences évoluées, et cela pourrait avoir un impact significatif sur le marché. Bien que cela n'ait pas encore été confirmé officiellement, *SICORI* aurait vendu des services de conversion de données à référence spatiale et de topométrie aux Forces armées mexicaines.

Depuis que *SICORI* envisage de se mesurer au secteur privé, il est devenu plus difficile d'obtenir des renseignements précis sur ses capacités. Les renseignements qui suivent proviennent d'observateurs bien informés.

L'achat des équipements de *SICORI* a fait l'objet d'un appel d'offres en 1991; le marché a été attribué à Intergraph, à la fois pour les composants du système et pour les services de conception. La plate-forme fournie par cette firme se compose de microstations et du logiciel ARC-INFO; elle est utilisée pour des applications de géomatique très spécialisées.

Tout le travail de conception de la base de données s'est fait de façon interne, mais au cours de l'année à venir, *SICORI* a l'intention de lancer des appels d'offres pour 300 000 à 400 000 dollars US d'achats, selon la procédure d'approvisionnement de *PEMEX*. Les premiers de ceux-ci porteront sur des techniques et des services de pointe, et seront par conséquent ouverts aux fournisseurs internationaux.

SICORI fournit la plupart de ses services de géomatique à la division d'exploration et de production de *PEMEX*, qui est probablement le plus gros utilisateur au sein de la pétrolière. Deux autres divisions, *PEMEX* Pétrochimie et *PEMEX* Raffinage ont acheté du matériel de géomatique sans passer par *SICORI*, en collaboration avec l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, le *Departamento del Distrito Federal (DDF)*, Ministère du District fédéral, et le *Secretaría de la Defensa Nacional (SDN)*, Secrétariat à la défense nationale.

LA CONCURRENCE

L'essentiel de la concurrence s'exerce entre des entreprises étrangères qui se disputent les places de partenaires avec les firmes mexicaines établies.

Le marché mexicain de la géomatique a connu une expansion rapide au cours des trois ou quatre dernières années, surtout grâce à l'aide financière de la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, et du *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social. De nombreuses sociétés se sont créées. La plupart sont de petite taille et ont une orientation plus régionale que les firmes établies; plusieurs se sont installées dans des capitales d'États. Elles se limitent souvent à des créneaux bien définis. Certaines se concentrent à des projets locaux, en profitant de contacts personnels; d'autres fournissent des parties de gros contrats, en sous-traitance pour les grandes firmes.

Le marché des systèmes d'information géographique suit beaucoup le rythme des dépenses gouvernementales. Sa récente expansion, par exemple, est due aux commandes importantes passées par les gouvernementaux locaux. Mais comme un grand nombre d'entre eux auront réalisé leurs objectifs immédiats au cours des deux prochaines années, les nouveaux contrats se limiteront à de l'entretien et à de la mise à jour. On s'attend notamment à ce que la demande en services de cartographie aérienne chute d'environ 40 pour 100 d'ici à la fin de 1995.

Les plus grandes entreprises du domaine ont prévu ce ralentissement et ont veillé à ce que leur masse salariale n'augmente pas trop rapidement. Cela explique en partie la place importante qu'occupe la sous-traitance, surtout pour les composantes à faible valeur ajoutée. Il en résultera que les petites firmes régionales souffriront démesurément de la contraction du marché, parce qu'elles ne pourront pas la compenser en prenant des contrats en tant que maître d'œuvre. Elles devraient donc être d'autant plus ouvertes à la conclusion d'alliances stratégiques avec des firmes étrangères.

La restructuration a déjà commencé : *Ingenieros Civiles Asociados (ICA)*, qui occupait une place importante dans le secteur des SIG et possède son propre équipement de cartographie aérienne, se retire pour se concentrer sur ses activités d'ingénierie.

On prévoit aussi que les firmes de géomatique ayant les ressources et l'expertise voulues vont se diversifier afin de pouvoir prendre pied sur de nouveaux marchés. En particulier, il y aura une plus grande concentration sur le secteur privé.

Une autre caractéristique du marché mexicain de la géomatique est le fait que certains concurrents étrangers ont des assises assez solides dans le pays. Par exemple, la plupart des grands fournisseurs mexicains de services de géomatique ont des accords d'exclusivité avec des fournisseurs de logiciels américains. Certains fabricants d'équipement européens se sont, eux aussi, fermement établis au moyen d'accords de coentreprise avec des entreprises locales.

Les récents développements économiques vont accélérer la tendance à la privatisation des services gouvernementaux. Les centres d'information géographique de l'État pourront être forcés de vendre leurs activités au secteur privé, à moins qu'ils n'entrent en concurrence avec l'entreprise privée, notamment pour l'obtention de contrats publics. Le service de SIG de *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, est un bon exemple.

D'une certaine manière, le fait que la sous-traitance soit aussi courante sur le marché mexicain peut faciliter l'entrée des firmes canadiennes sur ce marché, car les liens durables entre les entreprises sont rares dans de telles conditions. Un sous-traitant mis de côté sera donc porté à chercher de nouveaux partenaires, et en particulier s'il a besoin d'une technologie ou de services spécialisés.

LES CONCURRENTS MEXICAINS

Les concurrents locaux se répartissent en deux grandes catégories. Un nombre relativement important d'entreprises offrent des services de base tels que des systèmes cadastraux pour les États et les municipalités. Quelques-unes, parmi les plus importantes, s'occupent de projets plus avancés, impliquant l'intégration d'une gamme de services.

Dans le bas de gamme, qui ne fait pas appel à des services sophistiqués, le marché est extrêmement compétitif, en particulier à cause de la demande fluctuante que connaissent les sous-marchés spécifiques. Il en résulte que les prix pour les contrats municipaux ont connu une forte baisse. Cette tendance se poursuivra à l'avenir.

Pour ce qui est du haut de gamme, seules les firmes les plus importantes sont compétitives, et même à ce niveau, elles ne peuvent pas toujours offrir tous les services voulus. La concurrence est donc loin d'être aussi vive.

Même les plus grandes firmes de géomatique mexicaines n'ont pas la capacité de fournir des services complets. Par exemple, la *Comisión Federal de Electricidad (CFE)*, Commission fédérale de l'électricité, qui avait pensé utiliser *Bufete de Estudios de Ingeniería (BEISA)* pour un projet de conception de système, a finalement décidé qu'elle ne possédait pas une expérience suffisante. La conclusion de la Commission fut qu'aucune société mexicaine n'était apte à exécuter son travail.

LES CONCURRENTS ÉTRANGERS

Certains gros acheteurs, comme le *Departamento del Distrito Federal (DDF)*, Ministère du District fédéral, préfèrent traiter avec des multinationales, parce qu'elles garantissent le service après-vente. En effet, les firmes mexicaines sont souvent critiquées pour ne pas avoir l'expertise ou les ressources humaines qui leur permettraient de fournir un soutien adéquat.

Les équipements de production photogrammétrique et les appareils de prises de vues sont surtout importés d'Europe, en particulier d'Allemagne. Les États-Unis dominent le marché des logiciels, bien que l'un des produits les plus utilisés soit d'origine espagnole. Pour les acheteurs mexicains, ces pays sont tous de force relativement équivalente.

La France et les États-Unis dominent le marché des services de satellites, mais la Russie et le Canada sont des concurrents éventuels pour les nouveaux projets.

Plusieurs des produits américains les plus populaires, comme ARC-INFO et ERDAS, sont considérés comme satisfaisants par rapport à leur prix, mais aussi comme n'étant pas les meilleurs sur le marché.

LES ATOUTS CANADIENS

Plusieurs des acheteurs et des concurrents mexicains qui ont été interrogés pour cette étude ont déclaré que le Canada était très respecté pour son expertise technique, mais pas pour ses aptitudes commerciales. Selon eux, les produits canadiens n'ont pas été présentés sous leur meilleur jour et les fournisseurs canadiens n'ont pas su profiter pleinement de leur participation à des projets qui auraient pu leur donner une visibilité importante.

Le grand atout des entreprises canadiennes est leur capacité de livrer des projets clés en main, car même leurs principaux concurrents mexicains ont du mal à offrir des services entièrement intégrés. Elles peuvent fournir à la fois la définition de projets, la cartographie aérienne, les services de soutien terrestre, la production, l'intégration de systèmes, l'analyse et la formation.

Les sociétés canadiennes savent aussi prévoir les besoins d'un marché et y répondre par des innovations techniques. Les accords de construction-exploitation-transfert (CET) sont parmi les meilleures méthodes à utiliser pour véhiculer ces avantages.

Parmi les autres avantages dont bénéficient les firmes canadiennes, on peut ajouter qu'elles sont assez bien implantées sur le marché local et que certaines ont établi de bons contacts et de bonnes relations sur le marché mexicain.

Les concurrents des fournisseurs canadiens de géomatique sont principalement des entreprises étrangères. Pour ce qui est des marchés à faible contenu technologique, ils trouvent devant eux des firmes locales qu'ils ne peuvent pas battre par les prix. Cependant, de nombreuses sociétés mexicaines sont intéressées par des accords de coentreprise avec des partenaires canadiens pouvant leur fournir une technologie en échange d'une ouverture sur le marché.

Les Canadiens sont considérés dans bien des secteurs, entre autres celui de l'environnement, comme de meilleurs partenaires que les Américains parce qu'ils sont moins agressifs et plus sensibles à la culture des autres. Il faut savoir, cependant, que des entreprises américaines travaillent depuis longtemps au développement de ce marché et qu'elles ont montré qu'elles savaient aider leurs partenaires. Dans l'esprit de nombreux acheteurs, elles ont par conséquent la capacité de fournir des solutions pratiques, ce qui paraît beaucoup plus hypothétique dans le cas des Canadiens.

Ce marché comporte de nombreux débouchés pour les entreprises canadiennes qui sont prêtes à adopter une stratégie à moyen ou à long terme. Il n'en reste pas moins qu'elles doivent aller vite, car plusieurs des grandes firmes de géomatique mexicaines ont déjà développé des relations exclusives avec des fournisseurs de technologie américains ou européens.

LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS

Le ralentissement des achats d'équipement causé par la crise économique a ouvert des créneaux pour l'adaptation de produits, les idées nouvelles et les services à base de connaissance.

Les décideurs consultés pour la préparation de ce profil sectoriel ont souligné qu'à long terme le Mexique avait besoin d'intégrer, d'une manière ou d'une autre, ses systèmes d'information géographique (SIG). Idéalement, toutes les données seraient accessibles par l'intermédiaire d'un serveur unique, qui donnerait accès à l'information cadastrale, aux archives publiques, au registre de la propriété privée, à la liste électorale et à d'autres types d'information. Il s'agit évidemment d'un travail de longue haleine, mais qui signifie une tendance durable vers l'intégration de bases de données. Les États du Nuevo León et de Puebla ont déjà commencé à travailler dans ce sens, quoiqu'il faudra attendre un certain temps avant de voir des résultats concrets.

Les techniques de géomatique étrangères sont relativement bien connues au Mexique. Celles qui ont été achetées jusqu'à présent, surtout par les gouvernements, n'étaient pas les plus avancées. Les fournisseurs qui ont le mieux réussi sur ce marché sont ceux qui ont adapté leurs produits à des clients et à des applications relativement peu sophistiqués. Les besoins d'information géographique du Mexique sont très importants, puisqu'on estime que 80 pour 100 des données sont périmées et que les ressources financières et humaines disponibles sont limitées. Par ailleurs, les décideurs ont tendance à sous-estimer la valeur de l'information géographique; ils préfèrent donc les projets qui sont faciles à mettre en place et répondent à des besoins immédiats. Dans une large mesure, ceci limite le marché des solutions de haute technologie.

LA DÉVALUATION

Le gouvernement du président Ernesto Zedillo est entré en fonction le 1^{er} décembre 1994. Trois semaines plus tard, il cessait de soutenir un peso surévalué qui, en quelques jours, perdait plus d'un tiers de sa valeur. Ceci a entraîné une importante baisse de pouvoir d'achat pour tous les acheteurs de produits importés. Les réductions budgétaires prévues par le plan de relance comprimeront encore plus les dépenses gouvernementales.

En dehors des programmes de remise à jour des cadastres, la plupart des projets de géomatique devraient être mis en attente jusqu'à ce que l'économie se stabilise. Les taux d'intérêt atteignent 60 pour 100 par an et, au début de 1995, aucune banque publique ou privée n'approuvait de crédits. La plupart des observateurs pensent qu'il faudra plusieurs mois avant que le secteur financier ne revienne à un fonctionnement normal.

Tout cela a cependant quelques effets positifs. Premièrement, comme les gouvernements vont devoir dépenser avec plus de prudence à l'avenir et que l'information géographique n'est pas utilisée de manière efficace, il est probable qu'ils s'y intéresseront plus. Deuxièmement, les SIG vont servir de plus en plus dans le secteur privé comme outils de planification et de gestion. Par conséquent, le marché devrait se développer au cours des prochaines années pour les fournisseurs de technologies et de services évolués. Les importations continueront de dominer ce marché, car la crise économique empêchera en grande partie les firmes mexicaines de développer leurs propres solutions de pointe.

Il devient plus important que jamais de travailler avec un partenaire mexicain, parce qu'il est indispensable que la plus grande proportion possible des coûts soit maintenue en pesos. Ceci s'applique tout particulièrement aux projets à faible contenu technologique.

LE CHANGEMENT DE GOUVERNEMENT

Le nouveau gouvernement Zedillo est encore en phase de définition de priorités et de positionnement pour l'avenir. Les entreprises canadiennes qui ont des perspectives à moyen terme ont donc encore d'excellentes perspectives sur le marché des systèmes d'information géographique (SIG). Mais leur réussite dépendra de leur aptitude à évaluer les besoins futurs et à développer des moyens efficaces de commercialisation et de livraison.

Des représentants de la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, déclaraient au milieu de 1995 que la banque disposait encore de fonds pour des projets de remise à jour cadastrale et envisageait d'augmenter sa part de financement. À la fin du premier trimestre de 1995, *BANOBRAS* avait déjà approuvé dix nouveaux projets. Selon les mêmes représentants, ces projets s'autofinancent à moyen terme.

Après des élections au Mexique, il y a toujours de grandes réorganisations administratives, même si le parti au pouvoir est réélu. Il est donc normal qu'il y ait ralentissement des activités, dévaluation ou non. La plupart des organismes publics ont leur propre service de géomatique, ce qui n'est pas très efficace. Les analystes de l'industrie prévoient que ces services vont devoir s'adapter, et que cela entraînera des achats plus stratégiques, mieux pensés, de systèmes d'information géographique plus avancés et plus souples. L'enseignement et la formation seront également des priorités.

La mise en attente des nouveaux projets de SIG et l'importance accordée à l'efficacité créent des débouchés pour les entreprises canadiennes qui adopteront une stratégie à moyen terme. Cela leur donnera le temps de s'établir sur le marché en développant des approches nouvelles, et de faire mieux connaître leurs compétences avant que les décisions d'achat importantes ne soient prises.

La phase de ralentissement donnera aussi l'occasion aux firmes canadiennes d'adapter leurs produits aux besoins mexicains. La traduction en espagnol des produits et de la documentation est une nécessité évidente. Il y a aussi de nombreuses façons d'adapter les techniques pour qu'elles répondent mieux aux besoins de l'acheteur mexicain. Par exemple, les systèmes qui répondent aux besoins immédiats sans être trop coûteux, mais peuvent être «mis à niveau» par la suite, ont de bonnes chances de réussir.

LES DÉBOUCHÉS POUR LES PRODUITS

Une fois les programmes de mise à jour des cadastres terminés, la demande pour les services de soutien terrestre, de définition de projets et de cartographie aérienne connaîtra une chute brutale.

Les décideurs consultés pour la préparation de ce profil sectoriel ont souligné qu'à long terme, le Mexique avait besoin d'intégrer d'une manière ou d'une autre ses SIG pour qu'idéalement toutes les données soient accessibles par l'intermédiaire d'un serveur unique. Les firmes canadiennes qui pourront fournir des solutions intégrées ont donc devant elles un marché porteur, à condition qu'un financement adéquat puisse être trouvé.

Les services de satellites constituent aussi un débouché pour les entreprises canadiennes. La fourniture d'images satellitaires aux grandes entreprises et aux sociétés étatiques est un marché inexploité mais potentiellement important.

Les techniques d'analyse avancées, les systèmes de conversion de données et les méthodes spécialisées telles que la cartographie orthométrique, deviendront également des besoins à mesure que les données brutes non traitées s'accumuleront.

Le ralentissement prévu des achats d'équipement laisse une porte grande ouverte pour les services à base de connaissance. La géomatique mexicaine a grandement besoin de services d'enseignement et de formation. La fourniture de services de formation constitue à la fois un marché immédiat et une occasion de faire mieux connaître la technologie canadienne.

Si on prévoit que les services avancés vont dominer le marché à moyen terme, c'est aussi parce qu'un grand nombre de gros acheteurs, ayant déjà acquis leur matériel, auront besoin de l'exploiter le plus efficacement possible. Cela impliquera entre autres l'intégration de données non traditionnelles dans des systèmes de géomatique. Le développement d'outils de planification et de diagnostic à base de SIG deviendra plus important que les systèmes de cadastres.

Une autre tendance qui fait son apparition est la privatisation des SIG. Certaines municipalités ont par exemple reçu des propositions de cession de systèmes de cadastres sur la base d'accords de construction-exploitation-transfert (CET). Vu le manque de fonds, certaines accepteront probablement. La faisabilité de ce genre de projet dépend dans une grande mesure de la disponibilité de contrats de paiement contre livraison à long terme pour des produits de géomatique.

LES POSSIBILITÉS DE PARTENARIAT

Les fournisseurs mexicains de systèmes d'information géographique (SIG) sont pratiquement dépendants des alliances technologiques avec des producteurs étrangers, et il y a peu de chances pour que cela change à court ou à moyen terme. En effet, pour rester concurrentiels, ils doivent se tenir à jour sur le plan technique, et pour y parvenir, leur meilleure stratégie consiste à développer des liens solides avec des fournisseurs étrangers compétents. Ceci ne fera que s'accroître à mesure que le marché évoluera vers des produits plus avancés et plus spécialisés.

Le savoir-faire canadien est généralement respecté, mais il n'est pas considéré meilleur que celui des autres pays fournisseurs comme les États-Unis, la Suisse et l'Autriche. Le Canada a une réputation particulièrement avantageuse dans le domaine des logiciels pour SIG. Il est d'autre part reconnu pour sa grande expertise en matière de production, notamment dans le domaine des cartes.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

Les entreprises canadiennes qui pénètrent le marché mexicain de la géomatique rencontrent peu d'obstacles.

LES POLITIQUES INDUSTRIELLES

La réglementation gouvernementale n'est qu'un facteur mineur dans le secteur mexicain de la géomatique. En effet, il y a peu de politiques industrielles qui puissent créer des obstacles pour les entreprises canadiennes. Bien que l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) permette que les services de cartographie aérienne soient réservés à des entreprises mexicaines jusqu'en l'an 2000, aucune restriction ne s'applique dans la réalité, sauf pour les territoires entourant les bases militaires. Selon des représentants de la *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, n'importe quelle entreprise peut obtenir un permis du *Secretaría de la Defensa Nacional (SDN)*, Secrétariat à la défense nationale. Qui plus est, selon l'*Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*, Institut de géographie de l'Université nationale autonome du Mexique, aucune restriction sur la propriété, l'importation ou les normes des produits n'affecte ce secteur.

LES APPROVISIONNEMENTS

Un certain nombre de politiques d'exclusion s'appliquent au processus d'appels d'offres pour les contrats gouvernementaux. De nombreux marchés sont réservés aux soumissions nationales, c'est-à-dire qu'ils ne peuvent être adjugés qu'à un soumissionnaire mexicain. Ceci s'applique tout particulièrement dans le programme de la modernisation cadastrale, où on estime que la proportion des soumissions nationales représente la moitié de tous les achats. En règle générale, les appels d'offres ne sont ouverts directement aux entreprises étrangères que si la technologie et les compétences concernées ne sont pas disponibles au Mexique. Certains contrats récents d'imagerie satellitale étaient classés internationaux.

Une présence au Mexique est donc essentielle quand on veut soumissionner pour ces marchés. Un grand nombre des projets concernés nécessitant peu de technologie de pointe, la participation des sociétés canadiennes est généralement limitée.

EXEMPLE D'APPEL D'OFFRES POUR SERVICES CADASTRAUX

Organisme responsable	Gouvernement de Coahuila, Ministère des Finances, division cadastrale
Classe d'appel d'offres	National
Description des travaux	Photographie aérienne à l'échelle 1/4500 et 1/20000 Agrandissement des photographies ci-dessus à l'échelle 1/1000 Création de cartes numériques pour un territoire de 466 km ² , à l'échelle 1/1000 Vérification et collecte de données sur place pour 398 000 lots dans 10 villes Développement et initialisation de systèmes d'information cartographique et fiscale
Documents exigés	Demande écrite d'inclusion à l'appel d'offres Documentation officielle justifiant un capital minimal de 1,0 million de pesos Résumé de l'expérience de l'entreprise Copie des actes constitutifs de la société et de toute modification éventuelle Copie de l'inscription de la société ou associations professionnelles pertinentes Copie de l'inscription de la société au fichier des fournisseurs de produits ou services de l'État de Coahuila
Coût des documents d'appel d'offres	2 000 pesos (non remboursables)
Période de préparation des offres	Environ deux semaines
Dépôts	Lors de l'ouverture des offres, chaque soumissionnaire devra déposer un chèque certifié d'un montant équivalant à 5 pour 100 de la valeur de sa soumission. Ce chèque lui sera retourné si sa soumission n'est pas retenue.

Source : Publié dans *El Universal*, 13 octobre 1994.

STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Le partenariat avec une firme mexicaine est le meilleur moyen de découvrir le marché et d'entrer en contact avec les décideurs.

Les entreprises canadiennes qui travaillent au Mexique font face à toutes sortes de défis linguistiques et culturels. Bien que la plupart des firmes mexicaines aient des employés anglophones, elle préfèrent de beaucoup qu'on leur parle en espagnol. Pour les Mexicains, ceci est une marque d'intérêt et de respect.

Clients ou partenaires, les Mexicains exigent qu'on s'occupe d'eux. L'absence de formalité domine à bien des niveaux, et les négociations se font souvent selon une hiérarchie sociale. Les relations personnelles sont essentielles et doivent être cultivées. Parfois, le paiement de «suppléments» est réclamé; les Canadiens doivent apprendre à les éviter sans se laisser intimider. Par ailleurs, du fait de la situation économique, les concessions financières et la souplesse en matière de prix sont devenues des conditions essentielles pour obtenir des marchés.

L'IMPORTANCE DU SECTEUR PRIVÉ

Bien que les gouvernements représentent environ 80 pour 100 du marché de la géomatique au Mexique, l'initiative des projets revient le plus souvent au secteur privé. Une bonne façon de vendre une technologie nouvelle consiste donc à identifier un besoin, développer une solution, puis soumettre une proposition. Ceci nécessite évidemment de la persistance, surtout pour une entreprise canadienne mal connue au Mexique. L'identification d'un besoin se fait habituellement à force de contacts avec le client. Il est donc plus important d'être présent sur le marché que de participer à des projets isolés.

Il est souvent plus efficace, pour pénétrer le marché, de cultiver ses relations avec les grandes firmes privées que ses contacts avec l'utilisateur final. Par exemple, ARC-INFO n'a aucun rapport avec les services gouvernementaux : tout l'aspect commercial est assuré par ses partenaires mexicains.

La présence canadienne dans ce secteur s'est jusqu'ici limitée en grande partie à de gros contrats gouvernementaux isolés, comme ceux passés avec l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, et le *Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)*, Secrétariat au développement social. Ces deux projets ont d'ailleurs reçu l'aide du gouvernement du Canada. Mais comme il n'y a que peu d'occasions de ce genre, les firmes canadiennes doivent renforcer leurs liens avec le secteur privé mexicain afin d'avoir accès à des contrats moins importants, mais plus réguliers. Elle devraient en même temps se concentrer de plus près sur les créneaux dans lesquels les services canadiens sont le plus recherchés.

L'ADAPTATION DES PRODUITS

Les municipalités de taille moyenne constituent un marché très important pour les systèmes d'information géographique (SIG), mais une grande partie de leur personnel ne maîtrise pas l'anglais. Par conséquent, le fait de pouvoir utiliser un SIG en espagnol pèse lourd dans leurs décisions d'achat. C'est pour cette raison qu'*Estudios Fotográficos de México (ESTOMSA)*, qui distribue des SIG pour un producteur espagnol, détient un avantage.

LES PRÉSENTATIONS TECHNIQUES

Les analystes constatent que des propositions de projets efficaces et rentables sont souvent refusées parce que les décideurs n'ont pas compris la technologie concernée. Par conséquent, avant de proposer l'application spécifique d'une technologie, il est utile de commencer par l'expliquer. Les acheteurs mexicains pensent que les technologies de pointe sont incontournables. C'est donc le bon moment pour leur présenter des idées nouvelles. En règle générale, les séminaires et présentations techniques sont bien reçus au Mexique, surtout maintenant que les fonds disponibles pour les voyages à l'étranger sont plus limités.

LE SERVICE

Le service après-vente et l'entretien prennent de plus en plus d'importance. La *Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)*, Banque nationale pour les travaux et services publics, exige que les fournisseurs aient un bureau régional ou un point de service après-vente au Mexique. Certains gouvernements locaux exigent eux aussi un établissement au Mexique, parfois même sur leur territoire. Pour les appels d'offres nationaux, une présence légale au Mexique est essentielle. De nombreuses entreprises étrangères satisfont à ces exigences en s'associant avec des firmes mexicaines.

Les acheteurs interrogés pour la préparation de ce profil sectoriel ont critiqué beaucoup de produits importés pour leur manque de service après-vente et ont expliqué qu'ils préféreraient souvent, pour cette raison, traiter avec des multinationales.

LES CONTRATS PUBLICS

La législation mexicaine prévoit que les appels d'offres gouvernementaux doivent paraître dans le *Diario Oficial*, Journal officiel. Ils y sont publiés tous les mardis et jeudis. Tous doivent se conformer aux dispositions de la *Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios Relacionados con Bienes Muebles y su Reglamento*, Loi sur les acquisitions, les locations et la prestation de services relatifs à des biens meubles et son règlement. Un guide des procédures s'appliquant aux appels d'offres publics au Mexique est disponible.

Dans bien des secteurs, le service des approvisionnements du client est le point de contact naturel du fournisseur canadien. Mais dans le domaine de la géomatique, comme il est généralement impliqué au niveau de la technologie sous-jacente et que le service des approvisionnements s'occupe d'acheter des composants qui ont déjà été spécifiés, ce fournisseur canadien a tout intérêt à

traiter autant que possible avec le maître d'œuvre du projet : c'est le meilleur interlocuteur à qui vendre des idées.

L'obtention de contrats publics a parfois été facilitée par le fait que le soumissionnaire avait mis sur pied un système de démonstration et formé le personnel du gouvernement. Une démonstration typique peut durer trois mois. Par exemple, le *Departamento del Distrito Federal (DDF)*, Ministère du District fédéral, a acheté ARC-INFO après avoir bénéficié gratuitement d'une démonstration et d'un programme de formation.

LES PARTENARIATS

Le distributeur traditionnel ne joue pas un grand rôle dans le secteur de la géomatique au Mexique. La plupart du temps, les techniques et les produits venant de l'étranger sont vendus par des « généralistes » de l'information géographique, qui s'en servent pour compléter la gamme des services qu'ils offrent par ailleurs. C'est pourquoi la clientèle mexicaine choisit souvent une technologie à cause des compétences de son fournisseur, plutôt que l'inverse. À titre d'exemple, l'État du Nuevo León a choisi ARC-INFO non pas parce qu'il voulait ce progiciel, mais parce qu'il considérait *Sistemas de Información Geográfica (SIGSA)* comme le fournisseur de SIG le plus qualifié, et que *SIGSA* distribuait ARC-INFO en exclusivité.

Pour les produits autres que logiciels, l'acheteur est normalement la firme qui a obtenu un contrat pour la fourniture d'un SIG intégré. Par conséquent, l'utilisateur final, qui peut être un organisme gouvernemental ou une société étatique, n'a pas de contact avec le fournisseur étranger. Les principales exceptions à cet état de choses sont des services du gouvernement fédéral comme l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, et *Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA)*, qui achètent parfois directement chez le fabricant étranger.

Du fait de la place importante qu'occupe le service dans la géomatique, la conquête du marché mexicain suppose presque toujours un partenariat quelconque avec une firme locale. Les firmes mexicaines de ce secteur ont généralement une bonne connaissance du marché, ainsi que des contacts bien établis. En fait, certaines ont été créées sur la base de leurs contacts. Le plus souvent, elles ont cependant besoin d'une aide considérable pour mener à bien des projets intégrés.

L'une des raisons citées le plus communément pour expliquer l'échec de coentreprises entre des firmes canadiennes et mexicaines est le mauvais choix du partenaire. En effet, pour trouver le bon partenaire et négocier un contrat viable, il faut être prêt à dépenser beaucoup de temps et d'argent. Les Mexicains font des affaires sur une base de confiance personnelle, et c'est là une chose qui ne se développe pas du jour au lendemain.

Dans l'actuel contexte des affaires, il est plus essentiel que jamais pour deux partenaires d'avoir des compétences complémentaires et non concurrentes. Leur accord doit rassembler les meilleurs atouts qu'ils ont de part et d'autre, pour qu'ils puissent se présenter comme un tout sans faille.

AIDER SON PARTENAIRE MEXICAIN

Dans un partenariat de géomatique au Mexique, la firme canadienne fournit la technologie et le savoir-faire, tandis que l'associé mexicain apporte ses contacts, l'accès au marché et la part locale de valeur ajoutée. Dans l'environnement économique actuel, cela suppose un engagement important de la part du partenaire canadien.

Par exemple, une société américaine nommée ERSI, qui fournit ARC-INFO à *Sistemas de Información Geográfica (SIGSA)*, a accepté d'honorer toutes les soumissions de *SIGSA* en pesos au taux de change d'avant la dévaluation. Bien que cela représente une perte de revenu de plus d'un tiers pour ARC-INFO, c'est aussi un excellent moyen pour construire une relation à long terme.

Un partenaire mexicain aura aussi besoin de formation et de soutien technique. De plus, son associé canadien peut l'aider grandement en lui fournissant de la documentation commerciale en espagnol et en adaptant ses produits aux besoins mexicains.

Il est évident que ce genre d'effort coûte cher et nécessite de fréquentes visites au Mexique. Le secret, pour limiter le risque financier, consiste à se concentrer sur un créneau de marché où l'on a une forte probabilité de succès à long terme.

LES SALONS PROFESSIONNELS

La participation aux salons professionnels est le moyen utilisé traditionnellement pour présenter ses produits au Mexique et rencontrer à la fois des clients et des partenaires potentiels. Le Mexique organisant peu de salons sur les systèmes d'information géographique, ses décideurs vont généralement pour cela aux États-Unis ou au Canada. Un salon s'est tenu en juillet 1995 à Mexico, sous les auspices de l'*Asociación Mexicana en Sistemas de Información Geográfica y Estadística (AMESIEG)*, Association mexicaine pour les systèmes d'information géographique et statistique.

Deux autres manifestations annuelles sont intéressantes : la Conférence internationale sur la télédétection, qui se tient généralement en décembre, et la conférence annuelle de l'Urban and Regional Information Systems Association (URISA), qui a lieu aux États-Unis au mois de juillet.

LES STRATÉGIES À LONG TERME

La conquête du marché mexicain a toujours été une entreprise à moyen ou à long terme. La récente crise économique a fait de cette réalité une stratégie essentielle, surtout dans le domaine des systèmes d'information géographique (SIG). Les ventes de produits seront limitées, mais les deux prochaines années devraient être excellentes pour vendre des concepts nouveaux. Le changement de gouvernement retardera les ventes, mais il donne aussi aux fournisseurs canadiens l'occasion de s'introduire auprès des nouveaux décideurs. Ceux qui sauront créer des produits évolutifs ont devant eux une possibilité de croissance à long terme.

OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE

MINISTÈRES ET SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL (MAÉCI)

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

InfoCentre

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000

Télocopieur : (613) 996-9709

FaxLink : (613) 944-4500

Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

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

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

Édifice Lester B. Pearson

125, prom. Sussex

Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Téléphone : (613) 996-5547

Télocopieur : (613) 943-8806

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

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

Terre-Neuve

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

Île-du-Prince-Édouard

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

Nouvelle-Écosse

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

Nouveau-Brunswick

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

Québec	Centre de commerce international 5, Place Ville-Marie, 7 ^e étage Montréal (Québec) H3B 2G2 Téléphone : (514) 496-4636 Télécopieur : (514) 283-8794
Ontario	Centre de commerce international Édifice Dominion Public 1, rue Front Ouest, 4 ^e étage Toronto (Ontario) M5J 1A4 Téléphone : (416) 973-5053 Télécopieur : (416) 973-8161
Manitoba	Centre de commerce international 330, av. Portage, 8 ^e étage C.P. 981 Winnipeg (Manitoba) R3C 2V2 Téléphone : (204) 983-4540 Télécopieur : (204) 983-2187
Saskatchewan	Centre de commerce international Édifice S.J. Cohen 119, 4 ^e Avenue Sud, bureau 401 Saskatoon (Saskatchewan) S7K 5X2 Téléphone : (306) 975-5315 Télécopieur : (306) 975-5334
Alberta	Centre de commerce international Place Canada 9700, av. Jasper, bureau 540 Edmonton (Alberta) T5J 4C3 Téléphone : (403) 495-2944 Télécopieur : (403) 495-4507
	Centre de commerce international 510, 5 ^e Rue S.-O., bureau 1100 Calgary (Alberta) T5P 3S2 Téléphone : (403) 292-6660 Télécopieur : (403) 292-4578
Colombie-Britannique	Centre de commerce international 300, rue West Georgia, bureau 2000 Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 6E1 Téléphone : (604) 666-0434 Télécopieur : (604) 666-8330

**Le bureau d'Edmonton dessert également les Territoires du Nord-Ouest*

**Le bureau de Vancouver dessert également le Yukon*

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

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

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATION (PDME)

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

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

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

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

FINANCEMENT INTERNATIONAL

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

Direction des finances internationales

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

PROGRAMME D'APPORTS TECHNOLOGIQUES (PAT)

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

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT

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

d'investissement international et à accéder aux sources étrangères de capitaux et de technologies. La Direction générale de l'investissement et de la technologie assure un appui aux pdg de filiales canadiennes de multinationales qui cherchent à attirer au Canada les mandats de fabrication et de recherche-développement. En outre, elle surveille et analyse les tendances d'investissement et la perception du Canada comme destination de ces investissements. La Direction travaille étroitement avec les directions géographiques du MAÉCI de même qu'avec les agents d'investissements en poste en l'étranger, les autorités provinciales et municipales ainsi qu'avec les organismes professionnels et commerciaux. Pour de plus amples renseignements, communiquez avec la :

Direction générale de l'investissement et de technologie

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

MINISTÈRE DES RESSOURCES NATURELLES

Géomatique Canada
Ministère des ressources naturelles
580, rue Booth, 10^e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0E9
Téléphone : (613) 992-1094
Télécopieur : (613) 943-8838

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE (MI)

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

- développer, mettre en œuvre et promouvoir des politiques nationales mettant l'accent sur la capacité concurrentielle internationale de l'industrie, l'amélioration du développement industriel, scientifique et technologique et l'amélioration de la productivité et de l'efficacité de l'industrie;
- promouvoir la mobilité des biens, des services et des facteurs de production au Canada;
- développer et mettre en œuvre des politiques nationales mettant l'accent sur l'entrepreneuriat ainsi que le lancement, la croissance et l'exportation des petites entreprises;

- élaborer et mettre en œuvre des politiques et des programmes nationaux concernant les avantages industriels découlant des politiques d'achats de biens et de services par le gouvernement du Canada; et
- promouvoir et fournir des services de soutien à la commercialisation des biens, des services et de la technologie provenant du Canada.

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

Les bureaux régionaux du MI offrent les avantages particuliers suivants :

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

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

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

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

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

Le RADAR est une base de données informatisée qui contient des renseignements sur 25 000 sociétés canadiennes. On y trouve des renseignements de base sur les produits, les services et les activités, qui sont utiles aux clients éventuels. Le système a été créé en 1980 par le

ministère de l'Industrie (MI), conjointement avec les gouvernements provinciaux participants. Le RADAR devait, au début, permettre aux délégués commerciaux du MAÉCI dispersés dans le monde de trouver des sociétés canadiennes capables de tirer parti des possibilités des marchés étrangers. Aujourd'hui, plus de 11 000 abonnés canadiens et internationaux utilisent le système pour trouver des fournisseurs canadiens. La majorité des abonnés sont des sociétés canadiennes. Pour obtenir de plus amples renseignements, composez le (613) 954-5031.

SERVICE DE RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

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

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

REVENU CANADA

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

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

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

AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL (ACDI)

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

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

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

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE (APÉCA)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS (SEE)

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

Les programmes de la SEE entrent dans quatre grandes catégories :

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES

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

Le réseau PARI contribue au processus de développement, d'accession, d'acquisition, de mise en œuvre et d'utilisation de la technologie dans toute l'industrie canadienne. Ce réseau existe depuis 50 ans et a acquis la réputation d'être un des programmes les plus

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

Programme d'aide à la recherche industrielle

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

CONTACTS IMPORTANTS AU CANADA

ORGANISMES PARRAINS

BAKER & MCKENZIE

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

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

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Association canadienne des entreprises de géomatique
170, av. Laurier Ouest, bureau 1204
Ottawa (Ontario) K1P 5V5
Téléphone : (613) 232-8770
Télécopieur : (613) 232-4908

Le Conseil canadien pour les Amériques (CCA)

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

Conseil canadien pour les Amériques

Bureaux de la direction
145, rue Richmond Ouest, 3^e étage
Toronto (Ontario) M5H 2L2
Téléphone : (416) 367-4313
Télécopieur : (416) 367-5460

Association des exportateurs canadiens

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

Association des manufacturiers canadiens

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

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

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

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

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

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

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

BUREAUX DU GOUVERNEMENT MEXICAIN AU CANADA

L'ambassade du Mexique, 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. Pour plus d'information, veuillez vous adresser aux bureaux suivants :

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

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

AUTRES CONSULATS GÉNÉRAUX DU MEXIQUE AU CANADA

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

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

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

Consulat honoraire du Mexique
380, chemin Saint-Louis, bureau 1407
Québec (Québec) G1S 4M1
Téléphone : (418) 681-3192
Télécopieur : (418) 683-7843

Consulat honoraire du Mexique
830-540, 5^e Avenue S.-O.
Calgary (Alberta) T2P 0M2
Téléphone : (403) 263-7077/7078
Télécopieur : (403) 263-7075

Consulat honoraire du Mexique
1900 Tour Commodity Exchange
360, rue Main
Winnipeg (Manitoba) R3C 3Z3
Téléphone : (202) 944-2540
Télécopieur : (202) 957-1790

COMMISSIONS COMMERCIALES MEXICAINES À L'ÉTRANGER

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

BANQUES MEXICAINES AYANT DES BUREAUX

AU CANADA

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

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

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

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

SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU MEXIQUE

SECTION DES AFFAIRES COMMERCIALES AMBASSADE DU CANADA À MEXICO

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

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

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

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

Consulat canadien
Hotel Fiesta Americana
Local 30-A
Aurelio Aceves No. 225
Col. Vallarta Poniente
44110 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : 15-8665
Télécopieur : 15-8665

CONTACTS ADDITIONNELS AU MEXIQUE

MINISTÈRES DU GOUVERNEMENT MEXICAIN

Institut national de statistique, de géographie et d'informatique
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

Edificio Sede
Av. Héroe de Nacosari No. 2301 Sur
Fraccionamiento Jardines del Parque
20290 Aguascalientes, Aguascalientes
Mexique
Téléphone : 918-6947/0034/1719
Télécopieur : 918-6945

Institut national de statistique, de géographie et d'informatique
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

Dirección de Políticas y Normas en Informática
Patriotismo No. 711 — A, Piso 10
Col. San Juan Mixcoac
03730 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 598-7617/7490
Télécopieur : 598-7738

Secrétariat au développement social
Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)

Av. Constituyentes No. 947
Col. Belén de las Flores
01110 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 271-8481
Télécopieur : 271-8862

Secrétariat au commerce et à la promotion industrielle

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

Institut de géographie

Instituto de Geografía
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)
Circuito Exterior, Ciudad Universitaria
Apartado Postal No. 20-850
01000 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 616-0539, 622-4338
Télécopieur : 616-2145

Banque nationale de la construction et des travaux publics

Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS)
Tecoyotitla No.100, Piso 4
Col. Florida
01030 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 723-6000
Télécopieur : 723-6108

Secrétariat à la défense nationale

Secretaría de la Defensa Nacional (SDN)
Bulevar Manuel Avila Camacho y Avenida Industria Militar
Tramo Heróica Escuela Militar
Col. Lomas de Sotelo
11640 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 395-6766
Télécopieur : 557-1370

Société pétrolière d'État

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

Commission fédérale de l'électricité

Comisión Federal de Electricidad (CFE)
Río Ródano No. 14
Col. Cuauhtémoc
06598 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 553-7133, 207-3962/3704
Télécopieur : 553-6424/6762

Commission portuaire mexicaine
Puertos Mexicanos
Municipio Libre No. 377, Piso 6, Ala A
Col. Santa Cruz Atoyac
03310 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 604-7875, 688-2266
Télécopieur : 688-9081

Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au
développement rural
Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural
(SAGAR)
Insurgentes Sur No. 476, Piso 13
Col. Roma Sur
06760 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 584-0786/0834
Télécopieur : 584-1887

Secrétariat aux communications et aux transports
Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)
Av. Universidad y Xola, Cuerpo C, Piso 1
Col. Narvarte
03028 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 530-3060, 538-5148/0450
Télécopieur : 519-9748

Ministère du District fédéral
Departamento del Distrito Federal (DDF)
Plaza de la Constitución esquina Pino Suárez, Piso 1
Col. Centro
06068 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 518-1100, 782-2088/3000
Télécopieur : 542-1429

Commission nationale de l'eau
Comisión Nacional del Agua (CNA)
Cda. J. Sánchez Azcona No. 1723
Col. del Valle
03100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 524-6985, 534-4650
Télécopieur : 524-1129

Comité sur l'informatique dans l'administration
publique
Comité de Informática de la Administración Pública, Estatal y
Municipal
Av. de la Convención, esquina con Alameda
Col. del Trabajo
20180 Aguascalientes, Aguascalientes
Mexique
Téléphone : 514-3184/6618
Télécopieur : 15-2306

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Association mexicaine des systèmes et statistiques
d'information géographique
Asociación Mexicana en Sistemas de Información Geográfica y
Estadística (AMESIEG)
c/o Instituto de Geografía
Universidad Nacional Autónoma de México
Circuito Exterior, Ciudad Universitaria
Apartado Postal No. 20-850
01000 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 622-4338, 616-0539
Télécopieur : 616-2145

SOCIÉTÉS MEXICAINES

Compagnie nationale de téléphone
Teléfonos de México (TELMEX)
Parque Vía No. 190
Col. Cuauhtémoc
06599 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 222-9650, 535-2041
Télécopieur : 203-5104

Ingenieros Civiles Asociados (ICA)
Minería No. 145
Col. Escandón
11800 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 272-9991
Télécopieur : 272-9991 poste 3868

Bufete de Estudios de Ingeniería, S.A. (BEISA)
Calle Tezozomoc No. 4377
Col. El Zapote
45050 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : 122-0819
Télécopieur : 647-9249

Servicios Catastrales, S.A. (SERCA)
Nicolás San Juan No. 930
Col. del Valle
03100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 682-0778
Télécopieur : 687-7540

Digitalización y Cartografía Urbana S.A. de C.V. (DICARTU)
Circunvalación Oriente No. 689
Ciudad Granja
45010 Zapopan, Jalisco
Mexique
Téléphone : 627-1552
Télécopieur : 627-1552

Estudios Topográficos de México, S.A. (ESTOMSA)
Luz Saviñon No. 1507
Col. Narvarte
03020 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 682-3342
Télécopieur : 523-9984

Fotogrametría XXI (FOXXI)
Avenida Vallarta No. 1312
Col. Sector Juárez
44160 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : 826-8042
Télécopieur : 826-8042

Sistemas Ortofotogramétricos, Ingeniería Aplicada S.A. (SOFIA)
Saturno No. 21 (antes 36)
Col. Jardines de Cuernavaca
62360 Cuernavaca, Morelos
Mexique
Téléphone : 16-1355
Télécopieur : 16-1233

Sistemas de Información Geográfica (SIGSA)
San Francisco No. 1375
Col. del Valle
03210 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 575-4585/6690
Télécopieur : 575-2146

Topografía y Mapas (TYMSA)
Ciencias No 8, Piso 1
Col. Hipódromo Condesa
06170 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 515-8642, 516-3338
Télécopieur : 271-0859

Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA)
José María Ibarrarán No. 84, Piso 6
Col. San José Insurgentes
03900 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 663-3240, 626-0719
Télécopieur : 663-1741/3451

Cosmocolor
Prolongación Paseo de la Reforma No. 5295
Col. Cuajimalpa
05000 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 570-0588
Télécopieur : 570-4798

Enquête auprès des lecteurs

AIDEZ-NOUS À MIEUX VOUS SERVIR

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

1. Trouvez-vous que, dans l'ensemble, cette publication est?
(ne cocher qu'une réponse)
 - très utile
 - utile
 - assez utile
 - inutile
 2. Comment évaluez-vous chacun des aspects suivants de cette publication?
 - a) Qualité du contenu (ne cocher qu'une réponse)
 - excellente
 - bonne
 - satisfaisante
 - médiocre
 - b) Qualité de la présentation (ne cocher qu'une réponse)
 - excellente
 - bonne
 - satisfaisante
 - médiocre
 - c) Utilité des illustrations (ne cocher qu'une réponse)
 - excellente
 - bonne
 - satisfaisante
 - médiocre
 3. Si cette publication devait, à l'avenir, être mise à jour, révisée et publiée à nouveau, aimeriez-vous en recevoir un exemplaire?
 - Oui, je serais très intéressé(e)
 - Je serais probablement intéressé(e)
 - Non, je ne suis pas intéressé(e)
 - Je ne sais pas
 4. Comment avez-vous trouvé la structure et la présentation de cette publication?
 - Claire et facile à suivre
 - Confuse et difficile à suivre
 5. Étant donné vos besoins, cette publication a-t-elle traité le(s) sujet(s) abordé(s) de façon suffisamment détaillée?
 - Oui, tout à fait
 - Dans une certaine mesure
 - Non
 - Je ne sais pas
 6. Vous auriez trouvé cette publication plus utile si elle avait contenu (cocher toutes les cases qui s'appliquent) :
 - davantage de renseignements qualitatifs
 - moins de renseignements qualitatifs
 - plus de graphiques, d'illustrations et de tableaux
 - une analyse plus détaillée
 - une analyse plus courte
 - davantage d'exemples, d'études de cas, de profils de sociétés
 7. À votre avis, manquait-il des renseignements importants dans cette publication?
 - Oui — veuillez préciser lesquels _____
 - Non
 8. Y-a-t-il des facettes du sujet traité que vous auriez aimé voir aborder plus en détail?

 9. Quelle(s) suggestion(s) feriez-vous pour améliorer la prochaine édition de cette publication?

 10. Cette publication vous aidera-t-elle à développer vos activités?
 - Oui
 - Non
 11. a) Votre société exporte-t-elle maintenant?
 - Oui, passez à la question 11 b)
 - Non, passez à la question 11 c)
 - b) Si oui, sur quels marchés étrangers
 - États-Unis
 - Europe
 - Japon
 - Mexique
 - Amérique latine
 - Autres (précisez s'il-vous-plaît) _____
 - c) Si non, prévoyez-vous exporter dans les 12 mois à venir?
 - Oui, où?
 - États-Unis
 - Europe
 - Japon
 - Mexique
 - Amérique latine
 - Autres (précisez s'il-vous-plaît) _____
12. Quel est le chiffre d'affaires approximatif de votre entreprise?
 - Moins de 1 million de dollars
 - Entre 1 et 5 millions de dollars
 - Entre 5 et 10 millions de dollars
 - Plus de 10 millions de dollars

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

Nom _____

Organisme _____

Adresse _____

Tél. : _____ Téléc. : _____

Une fois rempli, veuillez nous faire parvenir ce questionnaire par télécopieur au numéro (613) 943-8806 ou adressez-le à :

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

LES DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES AU MEXIQUE :
SERVICES DE GÉOMATIQUE



LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20086597 3



80025 75540



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

InfoCentre

Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500



Sans frais : 1-800-267-8376
Téléphone : (613) 944-4000



Babillard 1-800-628-1581
électronique : (613) 944-1581