



• décembre 1993 •

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

OCT 12 1994

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

VOS PAPIERS SONT-ILS BIEN EN REGLE?

Titres de transport pour le Mexique

Le Mexique est un pays qui scrute à la loupe tous les documents accompagnant l'expédition de marchandises : les renseignements doivent être fournis au complet et très précisément. Toute divergence, même anodine, peut entraîner des retards, des pénalités, voire la confiscation des biens expédiés.

Quel que soit le produit que vous exportez au Mexique (ou vers la plupart des autres pays), vous devrez y joindre un ensemble bien précis de documents. Les exigences peuvent varier sensiblement selon le produit. L'exportateur serait donc avisé de consulter des sources officielles afin de savoir exactement ce dont il a besoin. La délégation commerciale mexicaine la plus proche pourra vous communiquer des renseignements fiables; les sociétés peuvent aussi retenir les services d'un courtier en douanes mexicain.

Tous les envois doivent être accompa-

gnés, au minimum, des documents suivants : une facture commerciale; une liste de colisage précisant le contenu; un connaissement ou un connaissement aérien. La facture doit contenir les renseignements suivants :

- le lieu et la date de délivrance;
- le nom et l'adresse, au complet, de l'acheteur ou de l'importateur au Mexique;
- le nom et l'adresse, au complet, de l'exportateur;
- une description détaillée de la marchandise, y compris tous les renseignements pertinents, c'est-à-dire marque de commerce, modèle, marques, numéros de série, numéros de moteur, marques du fabricant, caractéristiques du produit, matériel de fabrication, type d'utilisation, etc. (les droits exigibles peuvent varier entre 0 % et 20 % selon diverses caractéristiques bien définies; si la marchandise est mal classée, elle sera habituellement frappée d'un taux plus élevé);

habituellement frappée d'un taux plus élevé);

- la valeur unitaire FAB et la valeur totale de chaque article inscrit sur la facture (la valeur FAB servira à déterminer les taxes à payer);
- frais détaillés composant la valeur CAF jusqu'au port d'entrée mexicain (transport et assurances);
- dans le cas du transport par chemin de fer ou par camion, tous les frais engagés pour acheminer la marchandise jusqu'à la frontière mexicaine;
- nom, poste et signa-

N'oubliez pas...

À quelques exceptions près, toutes les marchandises exportées du Canada doivent être déclarées avant de quitter le pays. La Déclaration d'exportation (formule B-13) doit être remplie par l'exportateur et présentée aux Douanes canadiennes au point de sortie. Le document est habituellement remis au transporteur. Les renseignements consignés sur les formulaires B-13 permettent à Statistique Canada de rassembler des chiffres sur le commerce à l'exportation.

ture du vendeur;

- numéro de facture de l'expéditeur et numéro de commande du client.

Il faut présenter les originaux des documents; on peut exiger jusqu'à 11 copies. Une traduction en espagnol doit accompagner le document original en anglais ou en français.

Tous les envois au Mexique doivent être assurés du point de départ jusqu'au point d'arrivée. Le transitaire canadien est habituellement en mesure de faire assurer votre cargaison.

Des certificats d'hygiène en quatre exemplaires doivent accompagner les envois d'animaux vivants, de semences, de plantes et de produits connexes. On peut obtenir ces certificats auprès de divers organismes du gouvernement canadien; l'exemplaire original doit être légalisé par un consulat mexicain au Canada avant l'expédition.

Les poids et mesures doivent être

Voir page III

Événements à venir

ANTAD EXPO 94 (Guadalajara) - 26-28 février 1994 - le plus important salon de l'alimentation du Mexique.

COMDEX MEXICO (Mexico, stand d'information) - 8-11 mars 1994 - produits de communication.

CANADA EXPO 94 (Mexico) - 22-25 mars 1994 - vitrine sur une gamme complète de produits/ services canadiens.

On peut obtenir des détails auprès de la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, fax : (613) 944-0479.



Portrait d'un exportateur canadien

Russel Marcoux, président • N. Yanke Transfer Ltd. • Saskatoon (Saskatchewan)

« Au sud du Rio Grande, un grand marché nous attend, » déclarait Russell Marcoux, président de N. Yanke Transfer, à la veille de son premier voyage d'affaires au Mexique. « C'est un territoire vierge à bien des égards, et je pense que nous allons y faire bien des affaires. »

C'est ainsi qu'après avoir transformé une petite entreprise de camionnage en l'une des plus importantes sociétés de transport du Canada, et fort d'un chiffre d'affaires considérable aux États-Unis, M. Marcoux commença à lorgner vers le marché mexicain. À titre d'administrateur de l'Association canadienne du camionnage (ACC), il était tout à fait au courant du marché qui s'ouvrait au Mexique puisqu'il avait assisté aux réunions de l'Association à San Diego et à Mexico lorsque ce thème fut abordé. L'ACC était également intervenue lors des audiences sur l'ALENA. M. Marcoux décida donc d'explorer les possibilités qui s'offraient à son entreprise en se rendant lui-même à Monterrey.

N. Yanke est une entreprise familiale dont le siège est à Saskatoon. Fondée en 1968 par Norm Yanke, la société fut rachetée, en 1980, par Russel Marcoux et ses deux frères. L'entreprise, qui possédait à l'époque deux camions, exploite maintenant une flotte de 240 véhicules, avec des bureaux à Toronto, Winnipeg, Calgary, Edmonton et Vancouver, outre le siège social de Saskatoon.

Cette spectaculaire croissance est due en grande partie au passage, il y a cinq ans, au service accéléré, ou express. Auparavant, Yanke Transfer se spécialisait dans le transport en

vac de denrées agricoles sèches dans l'Ouest canadien. Mais lorsque l'occasion se présenta, en 1987, de signer un contrat à long terme avec Postes Canada, la société décida de se départir de sa division de marchandises sèches en la vendant à une autre société de l'Ouest. Par la suite, Yanke consacra tous ses efforts à développer son créneau, soit le transport accéléré sur grande distance.

Un an plus tard, le chiffre d'affaires était passé de 8 à 12 millions de dollars. La société possède

« Les mexicains... sont très ouverts à notre égard, et à nos idées. »

une flotte à la fine pointe du progrès, la volonté de prendre des risques, un système de repérage par satellite, la détermination de former son personnel, et le sens du travail d'équipe. Ces qualités ont donné lieu à un accroissement progressif du chiffre d'affaires, de sorte que les prévisions de vente pour 1993 atteignent quelque 60 millions de dollars.

Cette compagnie est à la fine pointe. Comme l'affirme M. Marcoux, « Nous sommes ouverts et nous essayons de répondre aux besoins de diversification, à la nécessité d'élargir nos activités quelque peu. Cela s'inscrit dans notre philosophie : nous nous percevons comme une société de transport plutôt qu'une simple entreprise de camionnage. »

M. Marcoux se rendit donc à Monterrey afin de sonder les perspectives de nouveaux marchés pour Yanke. Il en revint plein d'optimisme, après une semaine au cours de laquelle il visita également la ville frontalière de Nuevo Laredo (qui

constitue la fin du parcours, jusqu'en 1997, pour les camions canadiens).

« Ce séjour m'a vraiment fait prendre conscience des possibilités ainsi que de la volonté des Mexicains de faire des affaires avec les Canadiens, déclara-t-il à son retour. Ils sont très ouverts à notre égard, et à nos idées. »

M. Marcoux se déclara fort réjoui de l'aide que lui offrirent les agents du bureau commercial du Canada à Monterrey. « Ils m'ont servi jusqu'à un certain point de guides et m'ont offert un interprète. Dans l'ensemble, ils ont été très serviables. »

Aux dires de M. Marcoux, le voyage fut très fructueux : « J'ai accompli tout ce que je m'étais proposé de faire. J'ai pris le pouls du marché, j'ai approché avec des transporteurs avec lesquels m'associer. Les gens que j'ai rencontrés sont, je dois avouer, la crème de la crème : des gens d'affaires très dynamiques qui ont beaucoup plus de panache que ce à quoi nous sommes habitués; qui possèdent des super-ordinateurs, des gratte-ciel de verre, et d'excellentes installations de formation pour leur personnel. Je suis très enthousiaste. »

« Sur le plan technologique, ils sont très perfectionnés; leur affaire est supérieure à celle de n'importe quel transporteur nord-américain que j'aie jamais vu », d'ajouter M. Marcoux. Comme tout cela vient d'un PDG dont la flotte, les systèmes, l'administration et les programmes de formation font l'envie de l'industrie, on ne peut vraiment trouver de meilleur compliment.

Bien que les permis de transport soient limités jusqu'à la fin de 1995, M. Marcoux entrevoit une foule de débouchés sur un nouveau marché qu'il tentera certes de pénétrer.

« Nous avons bien hâte, conclut-il, de profiter des possibilités qu'offre le commerce Nord-Sud. »



es orielles

La liquidation, par l'administration Salinas, d'éléments d'actifs appartenant à l'État mexicain, a transformé les télécommunications en un secteur innovateur, porteur et riche de débouchés, qu'alimentent les investissements privés.

Le marché mexicain s'ouvre de plus en plus au matériel de télécommunications étranger. La part des importations est passée de 10 %, en 1984, à quelque 20 %, en 1986, grâce en partie à l'accroissement des investissements auxquels a donné lieu la Coupe du Monde de soccer, en 1986. Les augmentations graduelles se sont poursuivies et, en 1990, dans la foulée de la diminution des droits d'importation et de l'élimination des permis d'importation obligatoires, la part des importations a atteint 48 %. L'on s'attend à ce que d'ici 1994, les importations répondent à 53 % de la demande dans le secteur.

Le marché mexicain du matériel de télécommunication devrait afficher une croissance de 10 % par année. En effet, l'un des objectifs déclarés du pays est de doubler le nombre de lignes téléphoniques au cours des cinq prochaines

Titres de transport - Suite de la première page

indiqués en équivalents métriques. Les valeurs devraient être exprimées en devises originales puisque le taux de change et l'équivalent en pesos mexicains sont calculés en fonction de la date d'arrivée des biens au Mexique.

Il faut faire parvenir un bordereau d'expédition à l'acheteur ou au courtier en douanes, à titre de destinataire; le nombre d'exemplaires expédiés est fonction du mode de transport utilisé. Le bordereau devrait indiquer :

- le nombre de colis dans la cargaison;
- une liste détaillée des marchandises que renferme chaque colis, conformément à ce qui est inscrit sur la facture;
- le poids net, brut et légal de chaque colis et de la cargaison;

Télécommunications

années. La poursuite de cet objectif entraînera des dépenses d'environ 10 milliards de dollars. Telmex (Telefonos de Mexico) prévoit à elle seule dépenser quelque 2 milliards de dollars cette année pour améliorer le service et installer de nouvelles lignes.

Northern Telecom exploite une usine au Mexique depuis 1991. Bell Canada et Mitel détiennent des intérêts. D'autres sociétés canadiennes participent à la mise en place d'un réseau de téléphone cellulaire. Depuis 1991, les entreprises canadiennes réalisent des ventes annuelles de plus de 100 millions de dollars US au Mexique.

Les dispositions de l'Accord de libre échange nord-américain (ALENA) reconnaissent l'importance des échanges en matière de télécommunication. Tous les droits de douanes sur le matériel de télécommunication seront graduellement éliminés au cours des 10 années qui suivront la ratification de l'Accord. Mais en attendant, le Canada et les États-Unis jouissent d'ores et déjà de tarifs préférentiels par rapport aux fournisseurs qui ne sont pas parties à l'ALENA. Le 1^{er} juillet 1995, le marché sera complètement ouvert aux sociétés canadiennes implantées au Mexique (ou sur une base transfrontalière antérieurement interdite) qui souhaitent offrir des services de télécommunication et d'informatique améliorés.

Toutefois, l'explosion des télécommunications au Mexique n'est pas uniquement tributaire de l'évolution de l'ALENA. Douglas Clark, de Northern

Telecom de Mexico, affirme que ce sont le gigantesque programme de privatisation du Mexique ainsi que la refonte de son économie qui expliquent la présence accrue de sa société sur ce marché.

La concurrence, sur ce qui est perçu comme un marché très lucratif et à long terme, sera vive. À l'heure actuelle, les États-Unis constituent le plus important fournisseur de matériel de télécommunication au Mexique. Suivent, dans l'ordre, le Japon, la Suède, l'Allemagne, la France et le Canada. De toute évidence, les entreprises devront multiplier les efforts en matière de recherche et de développement dans leurs domaines de prédilection afin de réussir à long terme sur le marché mexicain.

Les Européens et les Japonais exploitent avec beaucoup de dynamisme les débouchés qu'offre le marché mexicain. Le prix et les modalités de financement sont les facteurs qui influent le plus sur la demande mexicaine. Les sociétés canadiennes peuvent tirer parti de lignes de crédit offertes par la Société pour l'expansion des exportations : une ligne de crédit de 100 millions de dollars a été consentie à Telmex.

Le climat est accueillant, les besoins sont considérables et nous possédons le savoir-faire. Tous les facteurs se conjuguent donc pour favoriser l'implantation ou l'expansion sur ce nouveau marché. Le Mexique appelle : de nombreuses entreprises canadiennes sont en mesure de répondre à cet appel.

accéléré, préalablement à l'expédition des marchandises, afin de permettre la révision des documents et l'obtention des permis spéciaux. Il est à déconseiller d'utiliser la poste, qui pourrait occasionner un retard de deux à trois semaines.

Ces exigences, bien que rigoureuses, sont relativement explicites dans la plupart des cas. Ce qu'il ne faut surtout pas oublier, une fois vérifiée l'exactitude des documents, c'est de contrôler avec soin leur cohérence. Le moindre petit écart pourrait entraîner d'importants retards.

InfoEx diffuse un excellent document sur cette question — demander, **Documents d'exportation et recouvrements à l'étranger** (n^o 123-TF).

Les préparatifs avant le départ

Le Mexique est un marché attrayant et en pleine croissance, situé par bonheur à proximité du Canada. Les exportateurs canadiens s'empressent donc de tirer parti des perspectives qu'ouvre la libéralisation du commerce avec ce pays. Afin de concurrencer efficacement sur ce nouveau marché, il vous faudra aller sur place, établir des contacts et prendre le pouls de la situation.

Or, un tel voyage impose de lourdes dépenses. Alors, pour qu'il soit fructueux, rien de mieux que de faire assidûment ses devoirs avant de boucler ses valises. Or, de précieuses sources d'information sont à votre portée ici même, à peu de frais ou même gratuitement. Afin d'utiliser au mieux le temps dont vous disposerez au Mexique, vous auriez donc tout intérêt à puiser tout d'abord à ces sources.

Tout d'abord, vous trouverez à la bibliothèque locale des renseignements d'ordre général, dans des périodiques ou d'autres publications sur le commerce, la commercialisation et l'industrie. Dans de plus grandes bibliothèques, vous dénicheriez peut-être les rapports de l'*Economist Intelligence Unit* (EIU) sur les économies de divers pays, dont le Mexique.

Par ailleurs, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) produit une série d'excellentes publications diffusées par InfoEx. Il y en a de tous genres, depuis des aperçus du marché jusqu'aux études sectorielles. On vient d'ailleurs tout juste de publier une deuxième édition mise à jour de Partenariat pour la réussite, qui fait le point sur cette question. Le MAECI vient également de lancer Où trouver... des sources d'information sur le marché mexicain?, qui contient une liste exhaustive et diversifiée de sources d'information.

Si vous êtes à la recherche d'études de marché plus pointues, vous en trouverez dans des endroits étonnants. Bon nombre des principaux cabinets d'experts-comptables et des grandes banques ont des représentants au Mexique; ils publient souvent leurs propres analyses sur des sujets comme la taille du marché, les questions fiscales et juridiques, les relations de travail et les possibilités d'aide financière. Leurs succursales ou bureaux locaux peuvent vous renseigner sur ce que chaque établissement peut offrir.

En outre, les Centres du commerce international (CCI), situés de par le Canada, constituent un excellent point de départ. On y trouve habituellement des agents chargés spécifiquement du Mexique et de l'Amérique latine; ces personnes peuvent orienter vos recherches et vous fournir des renseignements préliminaires ainsi que des études de marché détaillées. Les CCI vous aideront non seulement à vous y retrouver dans le dédale des programmes d'aide, mais ils vous indiqueront également où trouver certains renseignements dont vous soupçonnez à peine l'existence.

Le Centre InfoEx est la principale porte d'entrée du réseau de renseignements

commerciaux du MAECI. InfoEx dispose d'un système automatique de réponse, par télécopieur, pour communiquer aux sociétés canadiennes des renseignements sur les programmes et les initiatives d'Accès Amérique du Nord. Le système offre un catalogue dans lequel une société peut choisir les documents ou les détails. Pour de plus amples renseignements, un menu vocal permet d'obtenir le numéro sans frais d'InfoEx.

Bancomext, la banque d'exportation du Mexique, possède trois bureaux au Canada, soit à Vancouver, à Toronto et à Montréal. Bancomext publie un répertoire des sociétés mexicaines d'importation et d'exportation, et détient des listes des associations sectorielles du Mexique (chaque société mexicaine est tenue, par la loi, d'appartenir à l'une de ces associations). Bancomext a aussi une bibliothèque, à Mexico, où environ la moitié des nombreux ouvrages sont offerts en anglais. (Cependant, les études sectorielles ne sont publiées qu'en espagnol.)

Le Conference Board du Canada produit une foule de publications sur la situation économique au Mexique. Une association avec son homologue mexicain lui permet d'offrir des renseignements précis et à jour.

Le ministère canadien de l'Industrie publie aussi une vaste gamme d'études sectorielles.

À noter aussi que la plupart des gouvernements provinciaux possèdent un ministère chargé du commerce international et du développement, qui peut vous aider à trouver des renseignements commerciaux et de la documentation de base, à établir des contacts et à créer des réseaux.

Enfin, le bureau du ministère du Commerce des États-Unis à Mexico offre un service de réponse par télécopieur. Sa banque de données commerciales renferme des documents sectoriels ainsi que des aperçus d'ensemble.

Ce ne sont là que quelques-unes des nombreuses sources auxquelles vous pouvez puiser. La plupart vous mettront sur d'autres pistes que vous pourrez suivre à mesure que vous approfondirez vos recherches. Afin de déterminer si vous et votre entreprise pouvez percer sur le marché mexicain, il vous faut commencer par le commencement, en prenant les mesures nécessaires pour vous orienter lorsque vous débarquerez enfin au Mexique.

Accès

Accès, bulletin du nouveau programme Accès Amérique du Nord, est publié mensuellement et uniquement dans *CanadExport*. Les abonnés de *CanadExport* le reçoivent donc automatiquement. Le bulletin examine les débouchés qui s'ouvrent aux entreprises canadiennes au Mexique; présente des Canadiens qui font déjà des affaires sur ce marché; dresse des profils sectoriels; et annonce les activités à venir.

Nos lecteurs sont invités à nous adresser leurs commentaires, soit par la poste à **Accès**, BCT, ministère de affaires étrangères et Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2; soit par télécopie au (613) 992-5791. Pour tous renseignements, ou pour obtenir un exemplaire d'une brochure sur Accès Amérique du Nord, s'adresser à InfoEx au 1-800-267-8376 (à Ottawa, au 944-4000).