

doc  
CA1  
EA612  
95P65  
FRE

A I R E D E S D É B O U C H É S D ' A F F A I R E S - M E X I Q U E

# Le secteur mexicain du porc

## LES POSSIBILITÉS

Le Mexique offre d'importants débouchés aux producteurs canadiens pour tous les types de produits du porc, des morceaux nobles jusqu'aux produits transformés à forte valeur ajoutée.

- Les Mexicains sont de gros consommateurs de porc. Leur consommation par habitant devrait atteindre environ 20 kilos par personne en l'an 2000.
- Le porc canadien est considéré comme un animal de qualité supérieure par rapport à celui des États-Unis et plus proche par sa texture et par son goût du porc mexicain de grande qualité.
- Les producteurs mexicains ne peuvent répondre à la demande. Les importations ont comblé près du quart de la demande en 1994.
- La dévaluation du peso entraînera une réduction de la consommation globale de viande mais les Mexicains de la classe moyenne abandonneront dans une certaine mesure le bœuf au profit du porc pour réduire leurs dépenses.

## LE SECTEUR MEXICAIN DU PORC

Le porc a toujours été un élément important de l'alimentation mexicaine. Les Mexicains mangent la quasi-totalité du porc, y compris les intestins, la cervelle et les *codillos*, les jarrets du porc. En 1993, la consommation de porc par Mexicain se situait entre 10 et 11 kilos. D'après les spécialistes du secteur, cette consommation devrait atteindre 20 kilos par habitant d'ici l'an 2000.



Pendant des décennies, le secteur mexicain s'est développé dans un cadre protectionniste soumis aux contrôles et aux restrictions des importations par le gouvernement. Même si ces politiques ont permis l'avènement de petits producteurs, l'effet global a été la mise en place d'un secteur inefficace qui s'est avéré incapable de répondre aux besoins du pays.

À compter de 1988, le gouvernement s'est lancé dans un vaste programme de réformes touchant tous les aspects de l'économie. Les contrôles des prix ont été éliminés et, pour la première fois, on a autorisé les importations de produits du porc. Cela a entraîné une forte augmentation de la concurrence des importations.

Les exportations canadiennes de porc à destination du Mexique ont augmenté régulièrement depuis qu'elles ont été autorisées pour la première fois en 1988. D'après les données officielles mexicaines, la valeur de ces exportations s'est multipliée par dix en passant de 3,6 millions de dollars US en 1989 à 36 millions de dollars US en 1994. La forte dévaluation du peso, survenue en décembre 1994, devrait réduire ces importations en 1995. L'effet de cette dévaluation pourrait

## SOMMAIRE

Outre ce résumé, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) a préparé un profil sectoriel intitulé **Les débouchés d'affaires au Mexique : le porc**. Ce document d'information sur le marché mexicain du porc a été produit et publié par Prospectus Inc., en vertu d'un contrat du MAÉCI, en même temps que d'autres profils et résumés sectoriels sur les débouchés au Mexique. On peut se le procurer auprès de :

### InfoCentre

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

Ces profils sectoriels sont disponibles en format électronique sur le BÉI et en copie papier au coût de 10 \$ plus les frais d'expédition et les taxes en vigueur auprès de Prospectus Inc. S'adresser à :

Prospectus Inc.  
Service des commandes  
Téléphone : (613) 231-2727  
Télécopieur : (613) 237-7666

© Ministère des Approvisionnements et Services, février 1996

N° de catalogue E73-9/34-1995-1F  
ISBN 0-662-80078-8

Also available in English.

PARAINÉ PAR



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade

toutefois être mitigé étant donné que les consommateurs modifieront dans une certaine mesure leur modèle de consommation alimentaire en abandonnant le bœuf au profit du porc.

Certains analystes estiment que le Canada pourrait augmenter sensiblement ses parts de marché d'environ 14 pour 100 qu'elles étaient en 1993 à 50 pour 100 du marché total du porc importé. La clé de la réussite est ici de doter le porc canadien d'une image de produit sûr et de haute qualité.

## LA PRODUCTION MEXICAINE DE PORC

La production mexicaine de porc est insuffisante pour répondre à la demande et un grand nombre de transformateurs importent de la viande des États-Unis et procèdent à la découpe au Mexique. La production totale est de 9,5 millions de têtes, soit plus de 800 000 tonnes de viande, auxquelles il faut ajouter 130 000 tonnes d'issues. Les importations sont d'environ 230 000 tonnes par année, ce qui donne une consommation totale supérieure à 1,1 million de tonnes.

### LES PRODUCTEURS DE PORC

Les producteurs mexicains de porc sont classés par le *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au développement rural, en fonction du niveau de technologie qu'ils utilisent. Les trois catégories de producteurs de porc sont les suivantes : technique, semi-technique et *rural o transpatio*, production familiale.

- **Production technique** – Cette catégorie regroupe environ 40 pour 100 de la production mexicaine de porc. Il s'agit de producteurs exploitant des sites

spécialisés soumis à un contrôle strict. Les techniques de reproduction et la génétique jouent un rôle important dans leurs établissements. Ce secteur, pour l'essentiel, est en mesure de répondre aux normes officielles mexicaines d'inspection sanitaire connues sous le nom de *Tipo Inspección Federal (TIF)*.

- **Production semi-technique** – Les producteurs de cette catégorie ne tirent qu'un parti limité des méthodes d'élevage de pointe et ont en général des pratiques plus traditionnelles. Les contrôles sanitaires sont en général déficients et la qualité génétique est le plus souvent médiocre. La productivité est inférieure à celle du secteur technique. Les producteurs de cette catégorie sont responsables d'environ 30 pour 100 de la production totale.
- **Production familiale** – Cette catégorie de producteurs est encore très répandue au Mexique avec environ 30 pour 100 de la production. Les problèmes sanitaires y sont courants mais des campagnes intensives sont en cours pour les éradiquer. Les problèmes les plus graves sont le choléra du porc, la maladie d'Aujeszky connue aussi sous le nom de pseudo-rage et plusieurs types de parasitose.

La réussite de la commercialisation passe par le respect strict des *TIF*. Les entreprises intégrées verticalement sont celles qui sont le mieux à même de se conformer à ces normes parce qu'elles contrôlent la totalité du processus de la production du porc jusqu'à sa distribution. Nombre d'entre elles ont leurs propres camions et entrepôts réfrigérés. C'est pourquoi les entreprises de transformation du porc commencent à s'intégrer vers l'amont.

### LES ABATTOIRS

En 1993, il y avait 444 abattoirs municipaux et privés de porc. Il faut ajouter à cela 109 usines se conformant aux *Tipo Inspección Federal (TIF)*, normes d'inspection sanitaire, du Mexique. Vingt-cinq de ces abattoirs, appartenant à 11 sociétés, s'occupent exclusivement de la transformation du porc. Les autres sont essentiellement des abattoirs de bœuf et de volaille même si certains font l'abattage du bœuf et du porc. Environ 80 pour 100 de tous les abattoirs satisfaisant aux exigences des *TIF* appartiennent aux syndicats régionaux de producteurs de bétail qui les exploitent également.

### LES TRANSFORMATEURS

On évalue à 150 le nombre de sociétés de transformation de la viande au Mexique. Celles-ci produisent une vaste gamme de coupes de porc frais et de produits transformés du porc. Elles utilisent pour cela des demi-carcasses mexicaines et importées, mais aussi des carcasses importées et des morceaux nobles. Les multinationales étrangères accaparent environ 15 pour 100 de la production. Les sociétés nationales bénéficient bien évidemment d'une connaissance détaillée des goûts locaux, connaissance indispensable pour produire un grand nombre de coupes populaires à valeur ajoutée.

### LE COMMERCE EXTÉRIEUR

Les importations mexicaines de porc, en 1994, étaient évaluées par la *Comisión Nacional de Porcicultores (CONAPOR)*, Commission nationale des producteurs de porc, à 221 404 tonnes, soit environ 22 pour 100 du marché. D'après les données officielles du gouvernement, la valeur des importations, en 1994,

était de 257 millions de dollars US. La pénétration des importations, en 1994, était évaluée par la CONAPOR à environ 24 pour 100 en volume.

Plus de 30 pour 100 des importations mexicaines sont composées d'issues. Les carcasses et les autres coupes non transformées représentent presque 30 pour 100 des importations et les animaux sur pied environ huit pour cent du total. Le solde est composé pour l'essentiel de porc transformé y compris de saucisses, de bacon, de jambon et d'autres produits à valeur ajoutée.

Les exportations totales de porc canadien vers le Mexique, en 1994, étaient évaluées à 36 millions de dollars US, soit 14 pour 100 du marché.

Le Canada est, pour l'essentiel, un exportateur de produits bruts comme les carcasses de porc et la viande congelée. Plus de la moitié de la valeur des exportations de 1994 étaient composée de jambon congelé, d'issues et d'autres viandes de porc. Les carcasses représentaient 16 pour 100 du total. Environ 90 pour 100 des produits du porc canadien exporté sont destinés aux transformateurs mexicains. Les produits déli constituent un nouveau marché et

les exportations dans ce domaine augmentent progressivement.

## LA CLIENTÈLE

Même si un pourcentage important de Mexicains ont des revenus très faibles par rapport aux normes canadiennes, le nombre absolu de personnes se trouvant dans les tranches de revenus les plus élevées est encore relativement important. La dévaluation du peso de décembre 1994 a réduit sensiblement le pouvoir d'achat de la plupart des Mexicains. Les ménages dont les revenus avant la dévaluation étaient égaux ou supérieurs à 25 000 dollars US ne représentent que 15 pour 100 de la population. Par contre, en nombre, il s'agit d'environ 13 millions de personnes qui constituent le marché le plus important pour les aliments importés.

À la suite de cette dévaluation du peso, les revenus réels ont diminué d'environ dix pour cent au cours des cinq premiers mois de 1995. Pour les groupes de revenus intermédiaires, cette diminution du revenu réel a eu un effet favorable sur la demande de porc au détriment du

bœuf. Par contre, pour les tranches de revenus inférieurs, la consommation de toutes les catégories de viande devrait diminuer.

## LES MAGASINS DE DÉTAIL

Le secteur mexicain du détail est très diversifié. D'un côté, on y trouve un très grand nombre de petits magasins de détail du type magasin du coin. Il n'y a que 300 clients par unité de détail contre environ 900 au Canada. À l'autre extrémité, le marché est dominé par de très gros supermarchés de détail qui accaparent 40 pour 100 des ventes avec seulement cinq pour cent des commerces. Les spécialistes du secteur s'attendent à ce que la part de marché des supermarchés atteigne environ 70 pour 100 au cours des années à venir.

## LE SECTEUR DE LA RESTAURATION

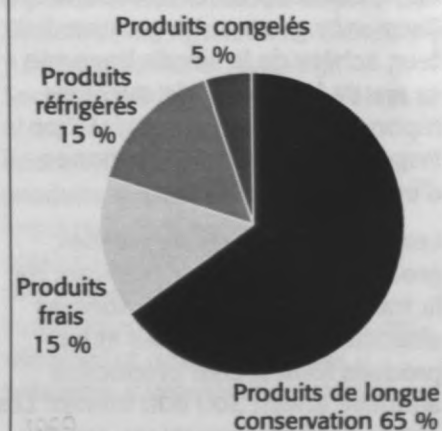
Le secteur de la restauration comprend les hôtels, les restaurants et les traiteurs. Certains d'entre eux importent des produits du porc de haute qualité. La plupart des grands hôtels achètent des morceaux nobles qu'ils coupent ensuite eux-mêmes et transforment dans leurs propres installations. Certaines chaînes de restaurants et d'hôtels achètent également des produits importés du

### Part des importations du marché mexicain du porc

Année	Production nationale en tonnes			Viande et issues Importations (en tonnes)	Part des importations Pourcentage
	Viande	Issues	Total		
1990	757 851	125 601	883 452	57 303	6,49
1991	811 849	134 550	946 399	173 676	18,35
1992	819 782	135 865	955 647	200 820	21,01
1993	807 320	133 800	941 120	210 861	22,41
1994	795 048	131 766	926 814	221 404	23,89
1995	782 962	129 763	912 725	232 474	25,47
1996	771 060	127 790	898 850	244 098	27,16
1997	759 338	125 848	885 186	258 303	29,18
1998	737 795	123 935	861 730	269 118	31,22
1999	736 428	122 051	858 479	282 574	32,92
2000	755 233	120 195	875 428	296 703	33,90

Source : Comisión Nacional de Porcicultores (CONAPOR), Commission nationale des producteurs de porc.

### Espace d'étalage dans les supermarchés mexicains



Source : entrevues.

54549609



porc. C'est ainsi que *VIPS*, une chaîne de restaurants nationale importe des charges complètes directement de fournisseurs étrangers.

## LES IMPORTATEURS ET LES DISTRIBUTEURS

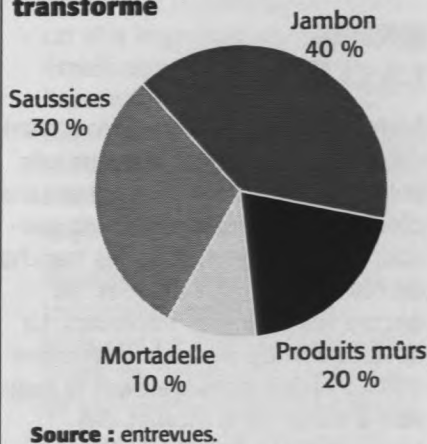
Les importateurs et les distributeurs comprennent les *Centrales de Abastos* qui sont de grands centres de distribution situés dans les régions urbaines qui regroupent des petits courtiers, des agents et des concessionnaires du domaine de l'importation. Ils jouent un rôle important dans la distribution des produits importés en quantité relativement faible. Par contre, leur intervention fait parfois grimper le coût d'un produit de 30 pour 100 et un grand nombre de fournisseurs étrangers préfèrent traiter directement avec les détaillants pour alimenter les établissements de restauration.

## LA CONCURRENCE

Le secteur mexicain de la transformation du porc est dominé par un groupe de grandes entreprises. La plupart d'entre elles appartiennent à des intérêts mexicains ou ont conclu des alliances avec des sociétés étrangères. L'offre formelle de viande transformée est dominée par *Sigma Alimentos*. *Sigma* importe environ 20 pour 100 des produits qu'elle vend, surtout par l'intermédiaire d'une coentreprise avec Oscar Meyer. *Zwanenberg*, un autre gros producteur, achète de la viande importée à cause de la pénurie de carcasses répondant aux exigences des *Tipo Inspección Federal (TIF)*, normes d'inspection sanitaire.

Les principaux types de viandes produits par le secteur mexicain de la transformation du porc sont les charcuteries, les saucisses et les produits fumés. Leur production annuelle atteint 300 000 tonnes. Les autres produits importants sont les

### Marché des produits du porc transformé



coupes prêtes à cuire pour le secteur du taco ainsi que certaines portions coupées à l'avance pour des clients du commerce de détail et de la restauration.

### La réorganisation

Le secteur du porc est en cours de réorganisation pour faire face à la concurrence croissante et à la libéralisation des échanges. Les producteurs mexicains estiment qu'ils doivent se préparer à affronter l'époque à laquelle les producteurs américains et canadiens réussiront à pénétrer le marché mexicain. Ils estiment que les cinq à dix années à venir seront cruciales pour leur réussite.

Le secteur du porc est en train de se consolider. On assiste à l'apparition d'importants liens horizontaux et verticaux à tous les niveaux de l'industrie :

- les producteurs de porc sont absorbés par les transformateurs ou forment des alliances;
- les transformateurs prennent de l'expansion verticale; certains font l'acquisition d'installations d'élevage, d'autres développent ou achètent leur propre réseau de distribution;
- certains transformateurs établissent des liens horizontaux avec des producteurs et des

transformateurs américains. On peut en donner comme exemple l'alliance entre *Sigma Alimentos* et John Morell; et

- les distributeurs indépendants constituent des alliances pour réduire leurs coûts, limiter les risques et améliorer leur service.

Cette réorganisation est déjà évidente dans un grand nombre de domaines du secteur. On s'attend à ce que l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) et les réformes agraires récentes accélèrent cette tendance.

### Les concurrents étrangers

Les États-Unis dominent le marché du porc importé. Certains importateurs ne font l'acquisition que de produits américains, souvent en association avec des sociétés implantées aux États-Unis. Les autres gros fournisseurs de porc sont l'Espagne et le Danemark.

Le porc canadien bénéficie d'une excellente réputation au Mexique. Par comparaison aux produits américains, on estime que les produits canadiens ont une meilleure texture, contiennent moins de sel et sont moins gras. Le stock génétique du porc canadien est considéré comme supérieur à celui du porc américain. Il faut toutefois savoir qu'on estime que la qualité du porc mexicain haut de gamme l'emporte sur celle des produits américains et canadiens.

## LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS

La demande obéit pour l'essentiel à la croissance de la population, à des tendances saisonnières et à la confiance accrue dans la qualité de la viande de porc. La consommation de toutes les viandes est directement fonction du pouvoir d'achat, même si le fait que le porc coûte moins cher que le bœuf lui permet de remplacer ce dernier.

Les acheteurs mexicains de produits du porc cherchent à combler leurs gammes de produits avec tous les types de coupes. Cela tient au fait que, par goût, les consommateurs mexicains recherchent pratiquement toutes les parties de l'animal sous une forme ou sous une autre. Ce qui différencie les acheteurs est, pour l'essentiel, la qualité et la gamme de prix des produits qu'ils offrent. La demande de certains types de produits est facile à cerner :

- les carcasses pour les boucheries, les grands magasins de détail et certains restaurants et hôtels;
- les produits déli haut de gamme comme la viande fumée et les produits de charcuterie destinés aux magasins de détail offrant des produits de prestige;
- les organes internes pour les petits et les gros détaillants situés dans les régions semi-rurales ou à plus faibles revenus; et
- les charcuteries non tranchées ou emballées destinées en particulier aux magasins du coin.

Les acheteurs du domaine de la restauration organisent fréquemment leurs achats en fonction des événements à venir, de spécifications fixées à l'avance et des préférences en matière de qualité et de goût des chefs. Il arrive souvent que des considérations de qualité l'emportent sur le prix.

### **LES DÉBOUCHÉS POUR LES FOURNISSEURS CANADIENS**

Les spécialistes du secteur mexicain du porc estiment qu'en émettant l'hypothèse que les produits canadiens du porc continuent à avoir des prix concurrentiels par rapport aux produits américains, le Canada pourrait accaparer 50 pour 100 du marché des importations. Ils précisent toutefois qu'il faudrait pour cela consacrer des ressources nettement plus

importantes à la promotion. Il faut en particulier convaincre le consommateur que le produit canadien est un produit de très haute qualité.

Les producteurs mexicains éprouvent de la difficulté à obtenir des produits déli de haute qualité et du bacon. Les consommateurs mexicains en sont venus à préférer le bacon de style américain comme «Bacon-Maker». C'est là une exception à la conviction répandue chez les consommateurs que le porc américain est trop gras et salé par rapport au porc mexicain et canadien de haute qualité.

Les transformateurs mexicains de porc sont intéressés par des alliances avec des producteurs étrangers pour améliorer leur capacité concurrentielle en termes de prix et leurs normes de qualité. Ils ont une excellente image du secteur canadien. Ils estiment en particulier que le stock génétique canadien est supérieur.

### **LES CANAUX DE DISTRIBUTION**

Le système de distribution du porc mexicain est complexe et coûteux. On a évalué que le coût du porc au détail atteint 7,5 fois le coût à la production de l'animal sur pied. Il peut y avoir jusqu'à cinq niveaux ou intermédiaires entre le producteur et le consommateur.

Les établissements de production intégrée ont leurs propres abattoirs et sont en mesure de contourner les intermédiaires. Ils distribuent environ 80 pour 100 de leur production sous forme de carcasses et de morceaux nobles aux magasins de détail et dans les établissements de restauration.

Le système de distribution pour la viande importée est beaucoup plus simple que dans le cas du porc mexicain. Les importations vont le plus souvent directement chez le

transformateur ou sont acheminées à un abattoir ou à un distributeur qui les revendra dans les supermarchés, les boucheries, les hôtels et les restaurants. Cela confère en général aux produits importés du porc un avantage en termes de coût.

## **LE CADRE RÉGLEMENTAIRE**

### **LES INSPECTIONS SANITAIRES**

Le *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au développement rural du Mexique, impose des inspections sanitaires pour une vaste gamme de produits animaux non transformés. La réglementation peut être modifiée et les exportateurs auront besoin de l'aide de l'importateur ou du courtier en douane pour se faire indiquer les exigences particulières à chaque produit.

### **LES AUTORISATIONS D'IMPORTATION SANITAIRE DU SECRÉTARIAT À LA SANTÉ**

La réglementation du *Secretaría de Salud (SS)*, Secrétariat à la santé, s'applique à toute une gamme d'aliments transformés et de boissons mais la plupart des aliments transformés n'ont plus besoin dorénavant d'autorisation préalable. Chaque importateur d'aliments doit s'inscrire auprès du *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au développement rural et informer le Secrétariat de tous les produits alimentaires qu'il importera. Indépendamment des produits concernés, l'importateur doit également obtenir les autorisations pour les produits qui nécessitent une autorisation préalable d'importation sanitaire.

## LES AUTORISATIONS D'IMPORTATION SANITAIRE DU SÉCRÉTARIAT À L'AGRICULTURE

Les produits nécessitant une autorisation sanitaire préalable du *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, Secrétariat à l'agriculture, à l'élevage et au développement rural, comprennent une vaste gamme de produits végétaux ou animaux non transformés. Le SAGAR utilise des formulaires de demande distincts pour les autorisations d'importation d'animaux sur pied et de produits animaux. En plus de la description du produit, il faut indiquer sur ces formulaires l'utilisation prévue pour ce dernier. L'autorisation reçue du SAGAR précisera les exigences en matière de certificats sanitaires ainsi que toutes restrictions éventuelles.

### L'ÉTIQUETAGE

La législation mexicaine sur l'étiquetage des aliments est en cours de refonte. Un règlement concerne l'ensemble des produits et un autre impose des obligations additionnelles sur les produits alimentaires et les boissons. Les deux règlements devraient être renforcés en 1995, si on se fie à une ébauche qui a été soumise à la consultation publique en juin 1994.

Avec la réglementation actuelle, en plus de ces exigences de nature générale, les étiquettes des aliments et des boissons doivent comprendre les éléments suivants :

- la description du produit;
- la date d'expiration;
- la liste des ingrédients; et
- le contenu nutritionnel (en cas de prétentions dans ce domaine).

On s'attend à ce que la nouvelle réglementation pour les produits génériques et les produits alimentaires soit connue à la fin de 1995 ou au début de 1996.

## LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Un grand nombre de spécialistes du secteur, interrogés dans le cadre de cette étude, se sont dit surpris que le Canada ne soit pas plus persévérant pour promouvoir ses produits du porc au Mexique. Ils estiment que le porc canadien est supérieur au porc américain et semblent convaincus qu'il enregistrerait de bons résultats sur le marché mexicain s'il était présenté de façon plus efficace.

Certains observateurs estiment que le Canada pourrait conquérir la moitié du marché des importations.

Certains acheteurs ont dit regretter, lors des entrevues, ne pas savoir où s'approvisionner en porc canadien et d'autres ont signalé que l'apparition de produits canadiens n'a été que sporadique et n'a pas débouché sur une présence permanente sur le marché.

Les acheteurs mexicains des entreprises de détail et de restauration estiment que la qualité des produits canadiens du porc est supérieure, mais que les consommateurs n'en sont pas assez conscients. La promotion des produits aux points de vente est courante au Mexique et les détaillants s'attendent le plus souvent à ce que les fournisseurs contribuent à leurs efforts. Les entreprises canadiennes peuvent promouvoir la qualité, le goût, la maigreur et la bonne réputation de leurs produits en aidant les détaillants à conscientiser les consommateurs à ces qualités.

Au niveau de la transformation, les entreprises canadiennes peuvent mettre l'accent sur la similitude de la texture, de la teneur en gras et du goût des porcs canadiens et mexicains. Elles peuvent également signaler que le niveau du pH des porcs canadien est optimal, ce qui leur permet de se conserver plus longtemps en rayon.

Un grand nombre d'entreprises canadiennes ont constaté que les partenariats et les alliances stratégiques de diverses formes avec des sociétés mexicaines constituent une excellente façon de pénétrer le marché mexicain. Les entreprises intégrées verticalement qui désirent compléter leurs gammes de produits sont souvent de bonnes candidates à ces ententes. Les importateurs et les distributeurs mexicains pourraient être tentés par l'adoption des produits canadiens, sous réserve d'être convaincus que ceux-ci

### Exigences minimales pour les étiquettes en espagnol s'appliquant à tous les produits de consommation

1. Le nom du produit ou de la marchandise (y compris une description du produit, si le nom de celui-ci ou de la marchandise n'est pas descriptif).
2. Le nom ou le nom commercial et l'adresse de l'importateur (cette information peut apparaître sur une étiquette distincte et être fixée après l'importation).
3. Le pays d'origine du produit.
4. Le contenu net conformément aux *Normas Oficiales Mexicanas (NOMs)*, normes officielles mexicaines, *NOM 030-SCFI-1993*.
5. Les avertissements ou les précautions à prendre dans le cas de produits dangereux.
6. Les instructions pour l'utilisation, la manutention ou la conservation du produit.

Source : Traduction par le gouvernement du Canada de l'article 5 du décret du 7 mars 1994, modifié par les lettres de clarification du *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)*, Secrétariat au commerce et au développement industriel.

disposeront du soutien nécessaire à long terme pour la commercialisation.

## LES FOIRES COMMERCIALES

La participation aux foires commerciales est une méthode qui a fait ses preuves pour présenter de nouveaux produits et établir des contacts avec des clients et des partenaires éventuels. Il y a régulièrement des foires commerciales dans ce domaine au Mexique :

- *Expo-Guadalajara*, tenue chaque année à Guadalajara, le plus souvent en décembre;
- *Convención Nacional de Empacadores de Carnes Frías y Embutidos y Exposición Internacional de Proveedores*, un congrès national d'emballleurs de viandes et une exposition de fournisseurs tenus chaque année en février à Monterrey;
- *Exposición y Convención Nacional de Comercio Detallista*, un congrès national mexicain de détaillants de produits alimentaires et de produits de consommation, doublé d'une foire-exposition, qui a lieu chaque année en mars à Guadalajara;
- *Expo-Alimentos*, une foire du secteur des aliments et des boissons organisée chaque année en septembre à Monterrey; et
- *Abastur*, le salon national des industries hôtelières et de la restauration, parrainé par la International Food Service Manufacturer's Association et tenu à Mexico en octobre.

## CONTACTS IMPORTANTS

### CANADA

#### *Gouvernement canadien*

#### *Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI)*

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

#### **InfoCentre**

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

Télécopieur : (613) 996-9709

Fax Link : (613) 944-4500

Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :

1-800-628-1581 ou  
(613) 944-1581

La **Section des affaires commerciales de l'Ambassade du Canada** peut fournir une aide précieuse aux Canadiens qui envisagent d'exporter au Mexique. Les délégués commerciaux connaissent bien le marché et feront tout en leur pouvoir pour aider les sociétés canadiennes à s'implanter 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

Col. Polanco

Ápartado Postal 105-05

11560 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 724-7900

Télécopieur : 724-7982

#### **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

#### **Consulat canadien**

Edificio Kalos, Piso C-1

Local 108-A

Zaragoza y Constitución

64000 Monterrey, Nuevo León

Mexique

Téléphone : 344-3200

Télécopieur : 344-3048

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. Partageant les locaux régionaux du ministère de l'Industrie (MI), 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.

**Le réseau mondial d'information sur les exportations (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 à l'utilisateur 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 au (613) 944-1078.

**Les institutions de financement internationales**, incluant la Banque mondiale et la Banque interaméricaine de développement, fournissent des fonds au Mexique pour le financement de toutes sortes de projets. Le MAÉCI vient en aide aux exportateurs canadiens qui s'efforcent d'instaurer des relations commerciales multilatérales financées par les institutions de financement internationales.

**Le Service de renseignements commerciaux** 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. Ce service est offert gratuitement par télécopieur, par courrier ou par téléphone. Pour obtenir de plus amples renseignements, téléphonez au (613) 954-5031, ou télécopiez au (613) 954-2340.

### **Agriculture et Agroalimentaire Canada**

Division des produits de la viande et la volaille  
Agriculture et Agroalimentaire Canada  
930, av. Carling  
Ottawa (Ontario) K1A 0C5  
Téléphone : (613) 952-8000, poste 4659  
Télécopieur : (613) 998-0958

### **L'Agence canadienne de développement international (ACDI)**

L'ACDI est une source importante de financement éventuel des activités des entreprises canadiennes au Mexique grâce au fonds spécial — connu sous le nom d'INC — dont elle dispose dans le cadre du Programme de coopération industrielle. Ce fonds est destiné à inciter les entreprises canadiennes du secteur privé à œuvrer dans les pays en développement en finançant en partie l'instauration de relations d'affaires durables sous la forme, par exemple, de coentreprises ou d'accords de licence. Pour de plus amples renseignements, téléphonez au (819) 997-7905/7906 ou télécopiez au (819) 953-5024.

### **La Société pour l'expansion des exportations (SEE)**

La SEE est un organisme financier sensible 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.

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 CA, 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 des renseignements sur la gamme complète des services de la SEE, téléphonez au (613) 598-2500 ou télécopiez au (613) 237-2690.

### **Revenu Canada**

La direction générale des programmes douaniers de Revenu Canada donne des renseignements sur l'ALÉNA. Elle offre aussi ce service en espagnol à son Bureau d'aide ALÉNA — espagnol. Pour plus d'information, téléphonez au (613) 941-0965.

### **ORGANISMES PARRAINS**

#### **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**

#### **Canada Pork International**

75, rue Albert  
Bureau 1104  
Ottawa (Ontario) K1P 5E7  
Téléphone : (613) 236-9886  
Télécopieur : (613) 236-6658

#### **Conseil canadien pour les Amériques**

Bureaux de la direction  
145, rue Richmond Ouest, 3<sup>e</sup> 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<sup>e</sup> 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**

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

**Bureaux du gouvernement  
mexicain au Canada**

Les délégués commerciaux  
mexicains au Canada et les bureaux  
consulaires mexicains peuvent  
fournir de l'aide et des conseils aux  
sociétés canadiennes sur la façon de  
faire des affaires au Mexique.

**Ambassade du Mexique**

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

**MEXIQUE**

**Gouvernement du Mexique**

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

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

**Secrétariat à l'agriculture, à l'éle-  
vage 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 : 584-0786/0271/6288  
Télécopieur : 584-2699

**Secrétariat à l'agriculture, à l'éle-  
vage et au développement rural**  
**Direction générale des affaires  
internationales**  
*Secretaría de Agricultura, Ganadería  
y Desarrollo Rural (SAGAR)*  
*Dirección General de Asuntos  
Internacionales*  
Rochester No. 14, Piso 7  
Col. Nápoles  
03810 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : 523-4745/2350  
Télécopieur : 223-5563

**Secrétariat à l'agriculture, à l'éle-  
vage et au développement rural**  
**Direction générale de la santé  
animale**  
*Secretaría de Agricultura, Ganadería  
y Desarrollo Rural (SAGAR)*  
*Dirección General de Salud Animal*  
Recreo No. 14, Piso 11  
Col. Actipán del Valle  
03230 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : 534-5111/1580/5216  
Télécopieur : 534-4961

**Associations et Chambres  
de commerce au Mexique**

**Chambre nationale des industries  
de transformation**  
*Cámara Nacional de la Industria de  
Transformación (CANACINTRA)*  
San Antonio No. 256  
Col. Ampliación Nápoles  
03849 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : 563-3400  
Télécopieur : 598-5888

**Commission nationale des  
producteurs de porc**  
*Comisión Nacional de Porcicultores  
(CONAPOR)*  
Melchor Ocampo No. 405, Piso 3  
Col. Nueva Anzures  
11590 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : 255-2848/5621  
Télécopieur : 255-1874

DOCS  
CA1 EA612 95P65 FRE  
Le secteur mexicain du porc. --  
54549609