

7. b310543X (F)

CA1
EA616
94A71f

DOCS

Canada



LES POSSIBILITÉS DU SECTEUR MEXICAIN DES PIÈCES D'AUTOMOBILES



PROFIL DE MARCHÉ - MEXIQUE



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international / Department of Foreign Affairs and International Trade
Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles



Agence de promotion économique du Canada atlantique

Atlantic Canada Opportunities Agency



Diversification de l'économie de l'Ouest Canada

Western Economic Diversification Canada



Banque de Montréal

Au-delà de l'argent, Il y a les gens.

BAKER & M^cKENZIE
AVOCATS

Profil de marché – Mexique

Ce profil de marché – Mexique intitulé **Les possibilités du secteur mexicain des pièces d'automobiles** a été préparé par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international du Canada (AÉCIC). La recherche a été faite par Caroline Verut et Dennis Desrosiers, en collaboration avec Industrie Canada, l'Association de l'industrie de l'automobile du Canada. Prospectus Inc. en a assuré la publication.

Sa publication a été rendue possible grâce au concours de la Banque de Montréal, de Diversification de l'économie de l'Ouest Canada, de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et du bureau de Toronto de Baker & McKenzie.

Ce profil de marché est destiné à donner un aperçu du marché des **pièces d'automobiles au Mexique**. Il ne prétend en aucune façon être la seule source d'information sur ce secteur. Toute erreur ou omission trouvée dans ce document incombe exclusivement aux auteurs. De la même façon, les opinions exprimées ici sont celles des auteurs et n'engagent en rien le Gouvernement du Canada. Les auteurs, les éditeurs tout comme les divers organismes ayant collaboré à divers titres à cette publication n'assument aucune responsabilité quand aux pertes de nature commerciale qui résulteraient de décisions prises sur la foi des renseignements apparaissant dans cette publication.

© Ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1994

N° de cat : E73-9/5-1994F

ISBN 0-662-99921-5

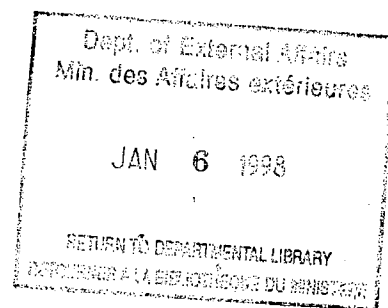
Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, réimprimée, emmagasinée dans un système ou transmise en tout ou en partie, dans une forme ou par un moyen quelconque, qu'il relève de l'électronique, de la mécanique, de la photocopie, d'un enregistrement ou de toute autre façon sans autorisation écrite préalable des éditeurs et de la Couronne.

Publié par Prospectus Inc.

Imprimé au Canada
Available in English.

CANADA-MEXIQUE : PROFIL SECTORIEL

LES POSSIBILITÉS DU SECTEUR MEXICAIN DES PIÈCES D'AUTOMOBILES



43-280-857

Les États mexicains



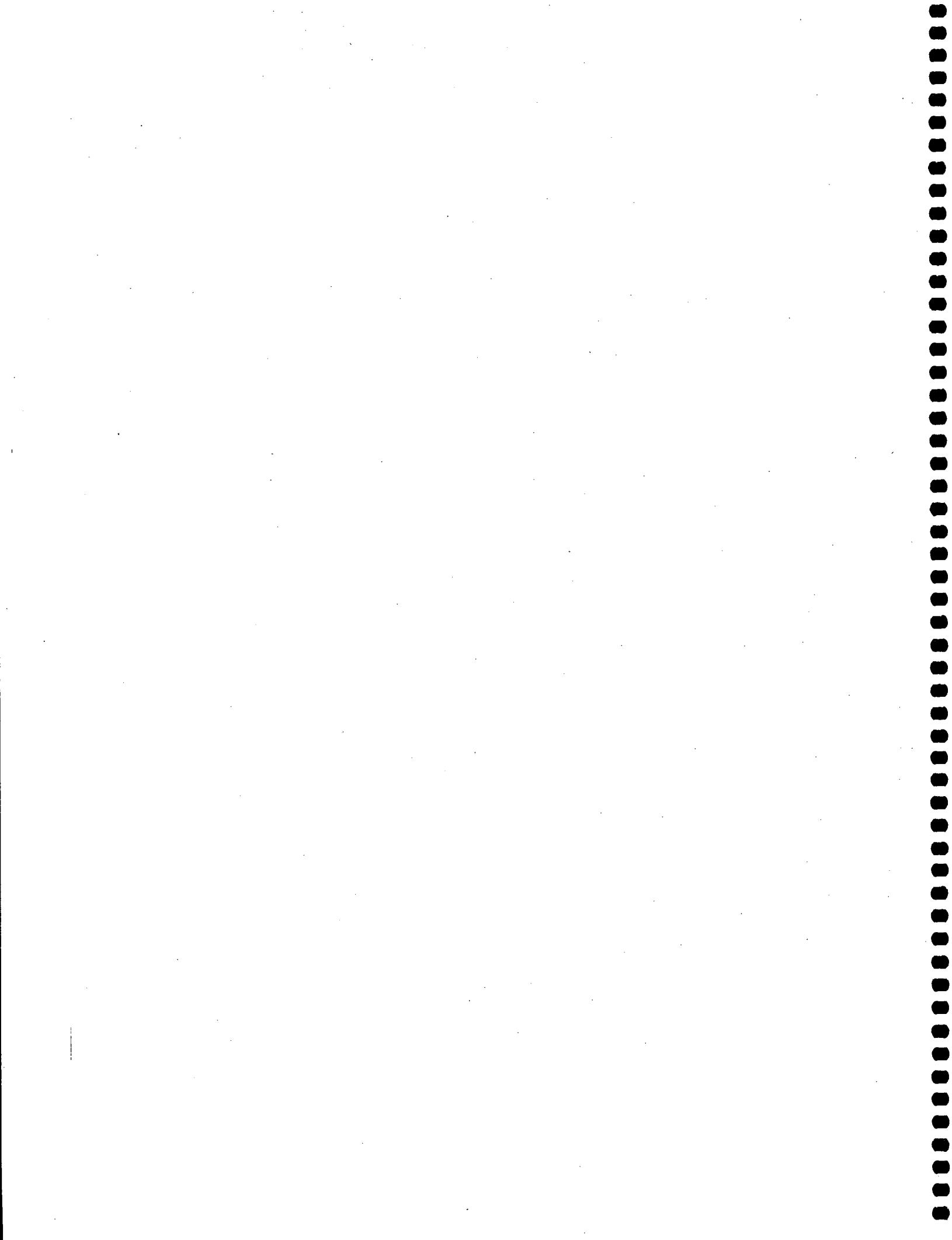


TABLE DES MATIÈRES

L'ALÉNA

L'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) élargit la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 millions — un marché plus important que celui des 12 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 en effet dépassé les 4,2 milliards de dollars en 1993 et devrait atteindre les 5 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens au Mexique augmente rapidement puisqu'il est passé de 350 millions de dollars en 1989 à plus de 580 en 1992.

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. Même si tout a été fait pour assurer la précision du contenu de cette étude, il n'est pas possible d'accepter la responsabilité des erreurs ou des omissions éventuelles.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser directement à :

Industrie Canada (IC) par l'intermédiaire des Centres de commerce international situés dans les provinces ou à InfoCentre aux numéros suivants :

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

AVANT-PROPOS	5
1. LE SECTEUR DES PIÈCES D'AUTOMOBILES AU MEXIQUE	5
Structure du secteur d'activités	6
Les alliances technologiques	7
Les investissements et la participation étrangère	8
Le marché des pièces pour automobiles	8
Le rôle des importations	10
Production, consommation et flux commerciaux	11
2. LES CONSTRUCTEURS ET LES ÉQUIPEMENTIERS	11
La production	12
Les parts de marché	13
3. LE MARCHÉ DES PIÈCES DE RECHANGE POUR VÉHICULES	14
La taille et la composition du marché	14
Le <i>parc</i> automobile mexicain	15
Les facteurs de croissance du marché	15
La répartition des modèles de véhicule	16
Les pièces de remplacement	17
Les pneumatiques	18
Les accessoires	18
L'équipement de réparation et d'entretien	18
4. LA DISTRIBUTION DES PIÈCES AUTOMOBILES	18
Les détaillants de pièces d'automobiles	18
Les concessionnaires de voitures neuves	18
Le consommateur mexicain de pièces d'automobiles	20
Les compagnies de pneus	20
Les petits ateliers	20
Les stations-service	21
Les ateliers de tôlerie	21
Les magasins de détail	21
Les chaînes de commerce de détail	21
Les distributeurs de pièces d'automobiles	22
5. LE CADRE RÉGLEMENTAIRE	23
Les décrets présidentiels	23
Les effets de l'ALÉNA	24
Les tarifs douaniers et les taxes	25
Les normes	25
L'étiquetage	25



6. LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ	26
Les agents et les distributeurs	27
La fabrication conjointe	27
Les sociétés mexicaines de vente	27
Établir des contacts	27
La décision d'aller de l'avant	28
7. OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE	29
Ministères et services du gouvernement canadien au Canada	29
Contacts importants au Canada	35
Bureaux du gouvernement canadien au Mexique	37
Contacts importants au Mexique	38
Liste des publications commerciales mexicaines	40



AVANT-PROPOS

L'automobile est un phénomène économique d'importance majeure, en particulier en Amérique du Nord. Elle est à la fois le bien de consommation le plus important et l'élément le plus important du commerce international. Le secteur industriel qui regroupe toutes les activités qui la concerne est un oligopole dominé par de grandes sociétés multinationales. C'est pourquoi il a fait l'objet de politiques industrielles et commerciales agressives, même aux États-Unis qui sont pourtant moins enclins à intervenir dans le milieu économique que le Canada et le Mexique. La politique mexicaine a été tout particulièrement interventionniste. En échange d'avantages économiques particuliers, le Mexique a fait de son secteur automobile un territoire protégé pour les cinq fabricants multinationaux de voitures qui y ont des activités.

Le secteur nord-américain de l'automobile est déjà largement intégré grâce à l'Accord canado-américain sur les produits de l'industrie automobile, appelé Pacte de l'automobile, et à l'accès que les producteurs mexicains ont obtenu dans le cadre de cet accord. Avec l'entrée en vigueur de l'Accord nord-américain de libre-échange (ALÉNA), ce secteur continuera à opérer dans un *cadre de commerce* réglementé.

En ce qui concerne les pièces d'automobiles, la situation est toutefois sensiblement différente. Si le Pacte de l'automobile ne s'y applique pas, l'Accord de libre-échange, entre le Canada et les États-Unis (ALÉ) a, lui, pratiquement éliminé les entraves au commerce dans ce domaine entre les deux pays. L'ALÉNA étend, pour l'essentiel, les dispositions de l'ALÉ au marché mexicain. Cela fera apparaître d'énormes possibilités pour les fabricants canadiens de pièces d'automobiles, en particulier pour les sociétés appartenant à des intérêts canadiens qui seront libres de vendre et d'investir au Mexique.

Ce profil décrit le marché des pièces d'automobiles au Mexique ainsi que l'industrie et les systèmes de distribution qui le desservent actuellement. Il signale les possibilités qui s'offrent aux sociétés canadiennes, possibilités qui ont été cernées par l'Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada), à partir d'entrevues au Mexique.

Note : Afin d'éviter toute ambiguïté, on utilise ici les appellations suivantes. Les pièces d'automobiles destinées aux véhicules neufs peuvent être fabriquées par les constructeurs eux-mêmes ou par d'autres entreprises qu'on appelle des équipementiers. On parle alors de pièces OEM pour Original Equipment Manufacturer et parfois de pièces d'usine. Les pièces destinées aux véhicules usagés sont des pièces de rechange ou des pièces détachées. Quand elles sont fabriquées par un constructeur ou un équipementier et distribuées par le constructeur, on les appelle pièces d'origine; dans les autres cas, on parle de pièces de remplacement. Cette dernière catégorie comprend aussi les pièces remises à neuf ou pièces reconstruites.

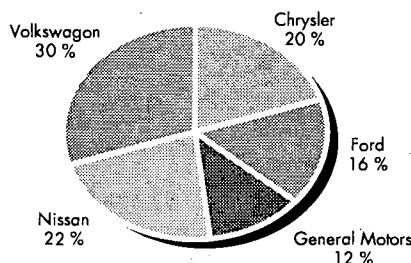
1. LE SECTEUR DES PIÈCES D'AUTOMOBILES AU MEXIQUE

Le secteur mexicain des pièces d'automobiles a été créé grâce à toute une série de politiques industrielles apparues à compter du décret présidentiel sur l'automobile de 1962. D'autres décrets parus par la suite, en 1973, 1977, 1983 et 1989 (voir section 5) ont permis d'accroître en même temps les exportations de véhicules et de pièces tout en assurant une importante valeur ajoutée mexicaine.

***Note : À moins d'indication contraire, les sommes sont indiquées en dollars canadiens.*



PRODUCTION DE VOITURES DESTINÉES AU MARCHÉ LOCAL — MEXIQUE 1992



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

L'industrie locale des pièces, composée maintenant d'environ 540 entreprises concentrées dans les grandes régions urbaines, s'est nourrie de cette demande. Environ 60 pour cent de toutes les entreprises de ce secteur sont situées dans les alentours de Mexico et 12 pour cent aux alentours de Monterrey. Les autres entreprises sont implantées dans les régions de Puebla, de Toluca et de Querétaro.

Les sociétés qui fabriquent des pièces alimentent à la fois les fabricants multinationaux de véhicules et les entreprises situées dans les *maquiladoras* qui exportent des pièces. Les usines de pièces appartenant à des intérêts mexicains ne disposent pas le plus souvent de la technologie et des installations pour répondre aux normes de qualité exigées sur les marchés d'exportation. Les mesures protectionnistes leur ont permis de survivre, mais les assembleurs ont souvent éprouvé des difficultés à respecter les exigences de contenu mexicain. Les plus importantes sociétés destinent le plus souvent leur production à des constructeurs de matériel, aux usines situées dans les *maquiladoras* et à l'exportation. En 1990, les sociétés mexicaines ont exporté directement des pièces d'automobiles d'une valeur de l'ordre de 0,5 milliard de dollars US.

Les exigences de contenu local ont été réduites à 36 pour cent par le décret présidentiel de 1989. Celui-ci autorise les importations de véhicules, mais exige des fabricants qu'ils conservent une balance commerciale positive. En 1991, les cinq fabricants d'automobiles avaient un contenu mexicain se situant entre 71 pour cent pour Chrysler et 84 pour cent pour Nissan. Les trois fabricants de camions avaient des taux inférieurs, mais tous dépassant 60 %.

STRUCTURE DU SECTEUR D'ACTIVITÉS

Le secteur mexicain des pièces d'automobiles est organisé en groupes. La *Industria Nacional de Autopartes (INA)*, Industrie nationale des pièces d'automobiles, représente les 140 plus importants fabricants de pièces et génère la plupart des statistiques sur ce secteur. La plupart des entreprises sont regroupées en 13 groupes au sein desquels on retrouve des fabricants et des distributeurs. On dispose de peu de renseignements sur les 400 entreprises restantes qui sont de petite taille et qui n'appartiennent pas à l'INA ni aux divers groupes. De plus, il y a environ 160 entreprises appartenant à des intérêts étrangers dans les *maquiladoras*, la plupart situées dans la région frontalière du Nord. Elles importent des pièces en franchise de douane des États-Unis et les réexportent sous forme d'éléments assemblés.

ALLIANCES DANS LE SECTEUR DES PIÈCES D'AUTOMOBILES AU MEXIQUE, 1989

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

Source : Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada).

LES ALLIANCES TECHNOLOGIQUES

Un grand nombre de producteurs mexicains de pièces participent à des accords de coentreprise avec des partenaires étrangers. Le plus souvent, ceux-ci accordent

ALLIANCES TECHNOLOGIQUES SECTEUR MEXICAIN DES PIÈCES POUR AUTOMOBILES, 1989

Produit	Société mexicaine	Partenaire étranger
Segments de piston	Sealed Power de México	Sealed Power
Segments de piston	Autopreciso	Perfect Circle
Pompes à eau/huile	Atsugi Mexican Bocar	Atsugi Pierburg
Bougies	Bujías Champion S.A.	Champion International
Bougies	Bujías Mexicanas	General Motors AC Smith Industries Ltd.
Roulements à billes	Federal Mogul S.A. de C.V.	Federal Mogul International JPI Industries
Joints	T F Victor S.A. de C.V.	Victor/Dana
Pistons	Moresa	Mahle
Radiateurs	Mex Par	Modine
Essieux d'éléments automoteurs	Eaton Ejes S.A. de C.V. Ejes Tractivos S.A. de C.V. Dina Rockwell Nacional S.A. de C.V. (Dirona)	Eaton Dana Rockwell International
Embrayages	Implementos Internacionales S.A. de C.V.	Luk
Joints universels	Cardanes S.A. de C.V.	Dana
Tige/Axes à vitesse constante	Velcon S.A. de C.V.	GKN
Transmissions automatiques	Tremec, S.A. de C.V. TSP S.A. de C.V.	Clark Dana
Transmissions manuelles	Transeje S.A. de C.V.	Dana
Pièces de châssis	Aralmex S.A. de C.V.	Boge
Amortisseurs	Gabriel de México S.A. de C.V.	Maramoni Corp
Châssis	Metalsa	A O Smith
Freins	Automanufacturas S.A. de C.V. Bendix Mexicana S.A. de C.V. Tebo S.A. de C.V.	Budd Allied Signal Allied Signal
Ressorts	Rassini S.A. de C.V.	NHK
Suspensions	Suspensiones Automotrices S.A. de C.V. Tebo S.A. de C.V.	Hosch Hohelinburg TRW
Roues en acier/aluminium	Kelsey Hayes Mexico S.A. de C.V. IASA	Kelsey Hayes Budd, Goodyear
Pièces de rechange et éléments électriques	Industria Automotriz S.A. Metalsa Pemsa	The Bud C Clearing A O Smith General Motors (Fisher)
Démarrateurs, alternateurs et régulateurs	Automagneto S.A. de C.V. IEA S.A. de C.V.	Bosch Magneto Marelli
Éléments de batterie et batteries	Acumuladores Mexicanos S.A. de C.V. Roberto Diener S.A. de C.V. Monterrey, Claride	Exide International Richardson Co Exide International
Phares	Elector Optica S.A.	Hella
Faisceaux électriques	Macopel	Packard Electric

Source : Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada) et Industria Nacional de Autopartes (INA), Industrie nationale des pièces d'automobiles.



des licences de technologie à des sociétés dont le capital est majoritairement mexicain, afin qu'elles puissent approvisionner le marché local et exporter vers d'autres marchés au nom du partenaire étranger.

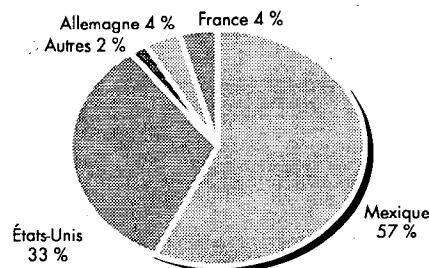
L'application de l'ALÉNA abaissera progressivement les exigences de contenu national et le secteur mexicain des pièces sera soumis à des pressions croissantes pour se rationaliser et devenir plus concurrentiel. D'après les entrevues réalisées par l'AIA Canada au Mexique en 1993, les producteurs de pièces attribuent leurs problèmes de qualité au manque de formation, d'investissement et de technologie et non pas à la piètre qualité du travail mexicain.

Les efforts entrepris pour venir à bout de ces problèmes ont fait augmenter le nombre d'alliances technologiques avec des sociétés canadiennes et américaines. Ce type d'entreprise deviendra de plus en plus avantageux pour les fournisseurs des constructeurs. Comme ces constructeurs dominent le marché des pièces de rechange grâce à leurs réseaux de concessionnaires, leurs fournisseurs bénéficient également d'un avantage naturel sur ce marché. Par le passé, les partenaires de ces coentreprises étaient surtout des sociétés américaines (cf. tableau). On a toutefois vu récemment des sociétés canadiennes, dont Magna, Woodbridge, ABC Plastics et SKD, s'engager dans des alliances stratégiques. On estime que les entreprises canadiennes ont acquis une excellente réputation dans les domaines des véhicules propres et des carburants de remplacement qui devrait faire apparaître de nouvelles possibilités pour elles.

LES INVESTISSEMENTS ET LA PARTICIPATION ÉTRANGÈRE

D'après les statistiques publiées par le *Consejo Mexicano de Inversión (CMI)*, Conseil des investissements du Mexique, le secteur des pièces d'automobiles appartenait, en 1992, à 43 pour cent à des intérêts étrangers. Environ les trois quarts des investissements étrangers provenaient des États-Unis.

ORIGINE DES INVESTISSEMENTS DU SECTEUR MEXICAIN DES PIÈCES D'AUTOMOBILES, 1992



Source : Consejo Mexicana de Inversión (CMI), Conseil mexicain des investissements.

LE MARCHÉ DES PIÈCES POUR AUTOMOBILES

À la suite de l'adoption, en 1989, de nouvelles politiques favorisant les exportations, la consommation apparente totale de pièces d'automobiles a augmenté de plus de 60 pour cent au Mexique pendant les trois années qui ont suivi. La croissance du marché devrait être de 8 pour cent par année jusqu'en 1995, alors qu'elle devrait atteindre 15,5 milliards de dollars US.

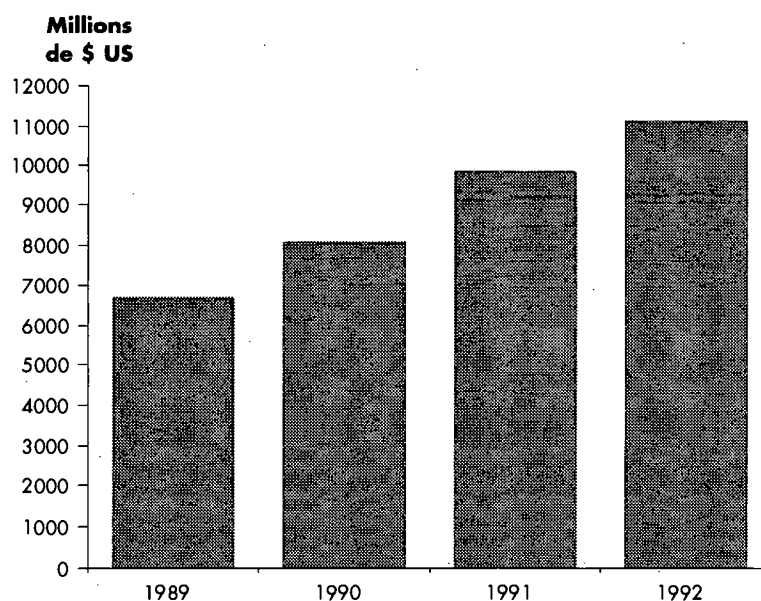
Les prévisions de consommation apparente de pièces d'automobiles au Mexique varient selon l'origine des statistiques. C'est que celles-ci utilisent des définitions différentes du secteur automobile. Le Système de classification harmonisée des produits utilisé pour les statistiques sur le commerce international comprend un grand nombre de catégories de produits qui ne servent pas exclusivement à une industrie en particulier. Toutes les études d'industrie à l'échelle internationale font face aux mêmes difficultés, mais cela est encore plus marqué dans le domaine de l'automobile parce qu'il consomme une grande variété d'éléments comme la quincaillerie, le rembourrage et les produits électriques, dont ont également besoin d'autres domaines d'activité. Le problème est encore accentué par la proportion importante de pièces importées. Les chiffres indiqués dans ce profil proviennent de l'INA, de la *Banco de México* et du Office of Technology Assessment des États-Unis.

Il y a deux marchés distincts pour les pièces d'automobiles : celui des constructeurs et celui des pièces et des produits de rechange et des accessoires. Il y a également un marché important pour l'équipement et les fournitures de garage.

Les exigences mexicaines de contenu national qui s'appliquent aux constructeurs ont été sensiblement réduites et continueront à être atténuées en vertu de l'ALÉNA. Malgré cela, les constructeurs continueront à s'alimenter dans le cadre des grandes stratégies globales des cinq sociétés concernées, ce qui revient à dire que les modifications prévues par l'ALÉNA ne feront pas nécessairement apparaître de nouvelles possibilités importantes sur le marché des constructeurs pour les producteurs indépendants.

Le segment du marché des pièces de rechange est plus dynamique parce qu'un grand nombre de sociétés y participent. D'après l'INA, environ 30 pour cent de la production locale de pièces va sur le marché des pièces de rechange. Importations comprises, ce marché représente jusqu'à 40 pour cent des ventes totales des pièces d'automobiles.

LE MARCHÉ DES PIÈCES POUR AUTOMOBILES AU MEXIQUE, 1989-1992



Source : *Industria Nacional de Autopartes, (INA)*, Industrie nationale des pièces d'automobiles.



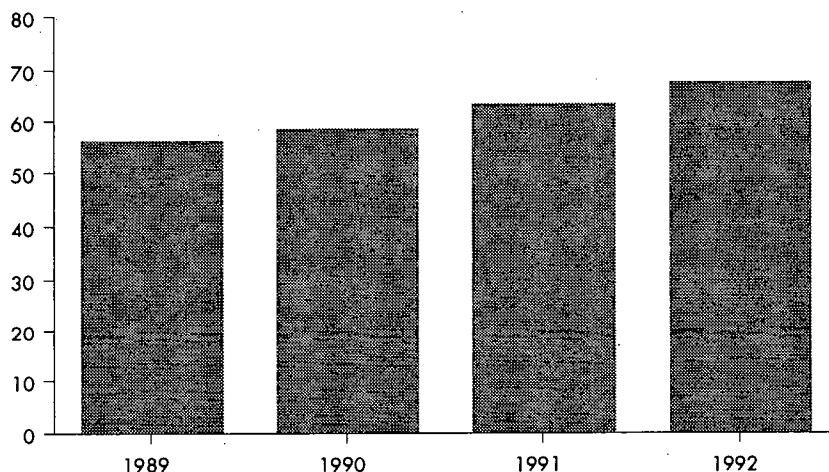
LE RÔLE DES IMPORTATIONS

Dans la foulée du boom pétrolier mexicain, les importations de pièces d'automobiles ont augmenté pour atteindre 2,7 milliards de dollars US en 1981. En 1982, le secteur automobile était responsable de plus de la moitié du déficit commercial du Mexique. L'année suivante, le gouvernement promulgait le décret sur la rationalisation de l'industrie automobile qui avait pour objectif d'orienter celle-ci vers l'exportation et, en 1986, il enregistrait un surplus commercial de 1 milliard de dollars US. Trois années plus tard, un autre décret libérait davantage les règles du commerce avec l'étranger. Pour la première fois, les constructeurs répondant à des normes étaient autorisés à importer des véhicules.

Cette libéralisation a fait énormément augmenter les importations de pièces au cours des années qui ont suivi, jusqu'au point où les importations accaparent les deux tiers du marché. Les graphiques ci-contre comprennent les importateurs du secteur des *maquiladoras*. La grande majorité des importations, environ 86,5 pour cent, est destinée aux constructeurs de véhicules. Le marché des pièces de rechange accapare 13,5 pour cent des importations. Ce segment de l'industrie a augmenté rapidement en passant de 640 millions de dollars US en 1989 à

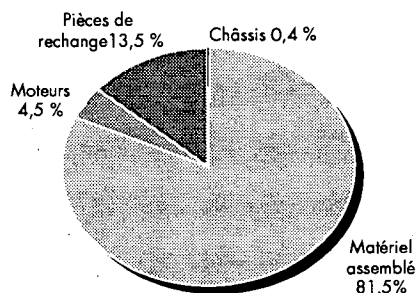
IMPORTATIONS DE PIÈCES D'AUTOMOBILES AU MEXIQUE 1989-1992

% de la consommation intérieure



Source : *Industria Nacional de Autopartes (INA)*, Industrie nationale des pièces d'automobiles.

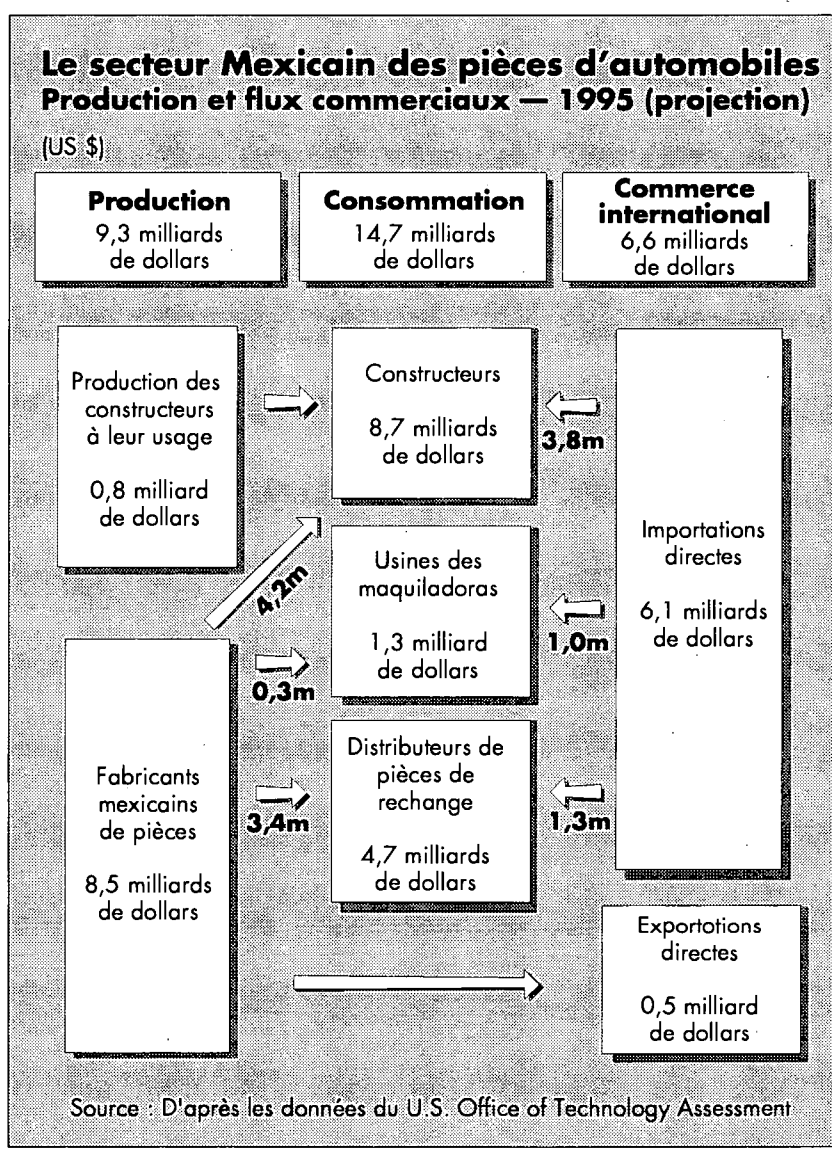
IMPORTATIONS AU MEXIQUE PAR CATÉGORIES, 1992



Source : *Banco de México*, Banque centrale du Mexique.

1 milliard de dollars US en 1992. La *Banco de México*, banque centrale du Mexique, qui a fourni cette décomposition entre produits, utilise une définition relativement étroite du secteur d'activité et d'autres évaluations des importations de pièces de rechange donnent des chiffres plus importants.

PRODUCTION, CONSOMMATION ET FLUX COMMERCIAUX



2. LES CONSTRUCTEURS ET LES ÉQUIPEMENTIERS

Le marché des pièces de rechange et des accessoires pour véhicules automobiles est alimenté par les ventes de véhicules neufs. Les exportateurs canadiens de pièces de rechange ont donc avantage à comprendre le fonctionnement du marché mexicain des véhicules.



Ce marché est dominé par des constructeurs qui sont des entreprises multinationales. Cinq entreprises produisent des automobiles pour le marché intérieur et pour l'exportation. Six autres produisent des camions et des autobus destinés au marché local.

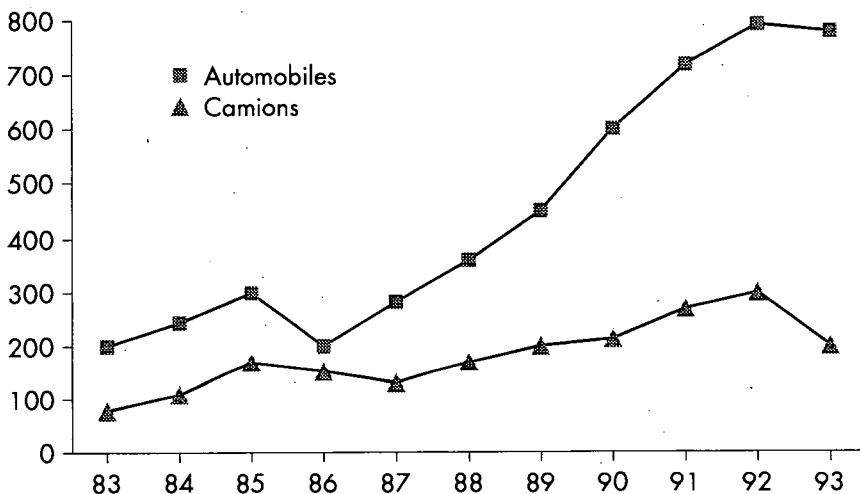
LA PRODUCTION

La production totale des véhicules dépassait tout juste le million d'unités en 1992. Les données préliminaires pour 1993 laissent prévoir une diminution d'environ 8 pour cent pour l'année, mais la production devrait reprendre à la hausse au taux de 7 à 8 pour cent par année au cours des années à venir. Certains analystes prédisent que d'ici l'an 2000 l'industrie automobile mexicaine sera la quatrième au monde.

Les constructeurs de véhicules fabriquent ou importent une partie importante des pièces de remplacement (pièces d'origine) vendues au Mexique. Leurs concessionnaires sont également des clients importants pour ces pièces, les accessoires et l'équipement de garage.

PRODUCTION DE VÉHICULES MOTEUR AU MEXIQUE, 1983-1993

Milliers



Source : Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, (AMIA), Association mexicaine de l'industrie automobile, d'après les données de 1993 allant de janvier à juin.

LES PARTS DE MARCHÉ

Cinq sociétés multinationales construisent des véhicules pour passagers. Ce sont Ford, Chrysler, General Motors, Nissan et Volkswagen. C'est Volkswagen qui a la plus importante part de marché. Ces entreprises fabriquent également des camions légers. Six autres entreprises fabriquent des camions ou des autobus à moteur diesel. La plus importante est *Kenmex*, qui détient environ la moitié du marché mexicain des camions diesels. Les autres grands constructeurs de camions sont *Dina* et *Mercedes Benz*. Le marché mexicain des autobus est réparti en parts à peu près égales entre *Dina* et *Mexicana de Autobuses*. Une société mexicaine, *Victor Patrón*, construit des camions et des autobus en petites quantités.

Les cinq constructeurs d'automobiles exportent une certaine partie de leur production de véhicules. La proportion des exportations est beaucoup plus élevée pour les trois sociétés américaines qu'elle ne l'est pour Nissan et Volkswagen. Chrysler est le plus important producteur et Ford exporte plus d'un tiers de sa production mexicaine. Il n'y a pas d'exportation importante de camions lourds ni d'autobus.

Les sociétés multinationales exportent également de grandes quantités de pièces et de composants d'automobiles. La valeur des pièces exportées atteignait presque 2 milliards de dollars US en 1990, mais seulement 0,5 milliard de dollars US venaient des producteurs mexicains. Les trois quarts de toutes les pièces exportées sont des moteurs ou des pièces connexes. Le Mexique est maintenant le troisième fournisseur de pièces d'automobiles aux États-Unis.

Les constructeurs de voitures et de camions prennent rapidement de l'expansion pour tirer parti du contexte libéralisé du Mexique et des exportations en augmentation rapide. Les investissements par les producteurs en place au cours des années à venir devraient atteindre les 5 milliards de dollars US. On signale que d'autres entreprises sont intéressées à construire des automobiles au Mexique et on cite BMW, Fiat et Audi.

PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS DU SECTEUR DE L'AUTOMOBILE AU MEXIQUE, 1979-1984

Millions de \$ US

Société	\$ US	Emplacement	Produit	Année
Ford	300	Chihuahua	moteurs	1983
	500	Hermosillo	voitures	1984
	300	Hermosillo	voitures	1990
	700	Chihuahua	moteurs	1991
Total :	1 800			
Volkswagen	245	Puebla	radiateurs	1979
	60	Puebla	châssis	1979
	270	Puebla	moteurs	1982
	1 000	Puebla	voitures/moteurs	1992
Total :	1 575			
General Motors	350	Ramos Arizpe	voitures/moteurs	1982
Total :	350			
Chrysler	135	Mexico	moteurs	1982
	80	Mexico	moteurs	1984
Total :	215			
Nissan	220	Aguascalientes	moteurs	1983
	1 000		voitures	1991
Total :	1 220			
Renault	300	Gómez Palacio	moteurs	1983
Total :	300			
Mercedes Benz	146		camions/autobus	1993
Total :	146			
Total	4 606			

Source : Michel Jordy. *Nueva manufactura, globalización y producción de automóviles en México*, 1991.



FABRICANTS DE VOITURES ET DE CAMIONS À ESSENCE AU MEXIQUE, 1992

Part de marché en pourcentage

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

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

FABRICANTS DE CAMIONS ET D'AUTOBUS AU MEXIQUE, 1992

Part de marché en pourcentage

Société	Camions diesels	Camions à essence	Autobus
Dina	21,5	4,4	33,5
Mercedes Benz	28,7	3,4	30,0
Kenmex	47,0	0,1	—
TRAMOSA	0,7	—	3,2
Victor Patrón	2,1	—	—
Mex. de Autobuses	—	—	33,3
Total	100,0%	7,9%	100,0%

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

3. LE MARCHÉ DES PIÈCES DE RECHANGE POUR VÉHICULES

LA TAILLE ET LA COMPOSITION DU MARCHÉ

Les évaluations de l'AIA Canada laissent entendre que le marché mexicain des pièces de rechange, au prix du détail, était d'environ 12 milliards de dollars US en 1992, avec un taux de croissance de 12 pour cent par année. On prévoit qu'il dépassera les 34 milliards de dollars US d'ici la fin du siècle. Cela représente des possibilités énormes, surtout quand on les compare au marché canadien de l'automobile qui est saturé.

La totalité de ces dépenses ne va pas aux pièces, mais celles-ci représentent une part plus importante de ces dépenses qu'aux États-Unis et au Canada. Les coûts de la main-d'œuvre sont relativement faibles et les coûts des pièces de rechange relativement élevés à cause des tarifs douaniers qui sont imposés et d'un système de distribution inefficace. En outre, le *parc* mexicain de véhicules génère davantage de ventes d'accessoires, les véhicules étant plus âgés.

D'après les évaluations mentionnées par l'AIA Canada, 48 pour cent du budget consacré par les consommateurs mexicains à l'entretien automobile va aux pièces de rechange et 10 pour cent aux accessoires. Si on admet que la valeur du marché secondaire total est de l'ordre de 12 milliards de dollars US, le marché des pièces

LE PARC AUTOMOBILE MEXICAIN

La flotte mexicaine de véhicules, ou *parc*, est très différente de celle du Canada et cela a des conséquences importantes sur les ventes de pièces de rechange.

D'après les dossiers officiels d'enregistrement des véhicules, il y avait environ 10 millions de véhicules sur les routes au Mexique en 1990, dont environ 6,8 millions d'automobiles. L'évaluation réalisée par l'Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada) laisse entendre que les statistiques officielles surestiment le nombre réel de véhicules de 2 à 3 millions. L'AIA Canada évalue que l'âge moyen d'un véhicule mexicain se situe entre 10 et 12 ans comparé à 7 ans au Canada et 8 ans aux États-Unis. Cette évaluation donne un âge nettement plus jeune que les évaluations précédentes, qui étaient de l'ordre de 17 ans pour le Mexique. Cela tient à l'opinion de l'AIA Canada voulant que le taux de mises au rebut de véhicules au Mexique soit plus élevé que celui traduit par les données officielles de l'enregistrement des véhicules.

Tout ceci a deux conséquences positives pour les fournisseurs de pièces de rechange. Tout d'abord, l'automobile constitue davantage un luxe au Mexique que dans le reste de l'Amérique du Nord. La voiture familiale est un actif de prix et on s'efforce de bien l'entretenir. En second lieu, comme les véhicules ont en moyenne cinq ans de plus qu'au Canada, ils ont besoin de plus d'entretien et consomment davantage d'accessoires. La réglementation gouvernementale a encore relevé les exigences d'entretien. Une proportion importante du *parc* se trouve dans les régions urbaines où il y a des inspections rigoureuses des émissions de gaz des véhicules deux fois par année. Les autorités mexicaines envisagent aussi d'adopter des mesures d'inspection de sécurité.

L'AIA Canada estime que les dépenses moyennes d'entretien par année d'un véhicule se situent entre 1 200 \$ et 1 500 \$ US. Le faible coût de la main-d'œuvre au Mexique revient à dire qu'une part importante de ces déboursés annuels est consacrée aux pièces de rechange et aux accessoires plutôt qu'à la main-d'œuvre.

D'autres caractéristiques du *parc* mexicain de véhicules peuvent, par contre, ne pas favoriser les fournisseurs canadiens. La combinaison de modèles est très différente de celle qu'on retrouve au Canada. C'est ainsi que les voitures les plus populaires sont la Coccinelle de Volkswagen et la Taurus de Nissan qui, à elles deux ont accaparé 40 pour cent du marché des voitures neuves en 1992. Dans le même ordre d'idée, le nombre de bricoleurs entretenant eux-mêmes leurs voitures, qui est important au Canada, est très faible au Mexique. La plupart des propriétaires mexicains de voitures ont une aisance relative et, étant donné le faible coût de la main-d'œuvre, préfèrent faire entretenir leurs voitures que de le faire eux-mêmes.

de rechange est d'environ 5,8 milliards de dollars US et celui des accessoires de 1,2 milliard, y compris les marges au niveau du détail. Au prix des importations, les ventes sur le marché secondaire étaient évaluées à 3,5 milliards de dollars US en 1990 par le U.S. Office of Technology Assessment. Cet organisme prévoyait que ce marché atteindrait 4,7 milliards de dollars US en 1995.

DÉPENSES PAR CATÉGORIE SUR LE MARCHÉ SECONDAIRE, 1992

Pourcentage du total

	Mexique	É.-U.	Canada
Main-d'œuvre	25	50	40
Pièces de rechange	48	29	38
Huile pour moteur et produits chimiques	5	4	4
Pneumatiques	14	10	12
Accessoires	8	7	6

Source : DesRosiers Automotive Consultants et la Automotive Parts and Accessories Association, (APAA), Washington, DC, USA.

LES FACTEURS DE CROISSANCE DU MARCHÉ

La demande de pièces de rechange s'explique par plusieurs facteurs, dont l'âge moyen des véhicules composant le *parc* automobile et le niveau de technologie de celui-ci, les ventes de voitures neuves et l'utilisation des véhicules.

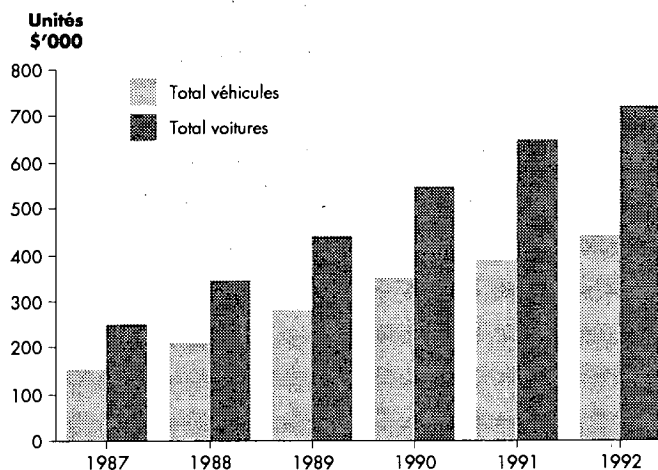
Les ventes de véhicules neufs augmentent rapidement. La croissance de ces ventes a été particulièrement forte pour les voitures, puisque leurs ventes ont presque doublé depuis 1987. Cette forte augmentation abaisse l'âge moyen de l'ensemble des véhicules et diffuse davantage les nouvelles technologies comme l'injection de carburant, les systèmes de freinage antibloquant et les systèmes d'allumage. Prises ensemble, ces tendances sont à l'avantage des fournisseurs canadiens de pièces de rechange parce qu'elles rendent le marché mexicain plus comparable à celui du Canada, même si cela permet de s'attendre à court terme à une réduction de l'entretien.

Le fait que le véhicule mexicain courant intègre davantage de technologie automobile de pointe pourra, au début, constituer un avantage pour les vendeurs de voitures neuves et donc pour les constructeurs et les équipementiers. Le plus souvent, ce sont les concessionnaires qui s'occupent des voitures neuves, tant que les garanties sont en vigueur. Ceux-ci sont également mieux équipés que les petits garages indépendants pour réparer des systèmes sophistiqués, mais au fur et à mesure que le marché mûrira, il y aura des possibilités importantes pour des chaînes indépendantes pouvant assurer des services d'entretien sophistiqués plus concurrentiels que les concessionnaires.



VENTES DE VÉHICULES NEUFS AU MEXIQUE, 1987-1992

Voitures et total de véhicules



LA RÉPARTITION DES MODÈLES DE VÉHICULE

Le marché d'une pièce ou d'un accessoire donné est essentiellement fonction de la combinaison de modèles dans l'ensemble du *parc* automobile. Au cours des 22 ans écoulés entre l'année 1971 et l'année 1992 pour les modèles automobiles, 5,3 millions de voitures ont été vendues au Mexique. Dix-huit pour cent d'entre elles étaient des Coccinelles de Volkswagen et 10 pour cent des Tsurus de Nissan. Quarante-sept modèles de véhicule ont eu des ventes de plus de 10 000 unités et 16 des ventes supérieures à 100 000 unités (voir tableau). Il est évident que la combinaison des modèles sur les routes au Mexique est très différente de ce que l'on retrouve au Canada, et les exportateurs de pièces de rechange doivent tenir compte de cette réalité.

Les données officielles ne concernent que les ventes légales et excluent les véhicules importés illégalement des États-Unis. Les importations de voitures usagées ne sont permises que dans la zone frontalière du nord. L'AIA Canada estime qu'environ 2 millions de véhicules ont été importés dans le nord du Mexique et qu'une grande partie d'entre eux se sont retrouvés dans d'autres régions du pays.

VOITURES LES PLUS POPULAIRES AU MEXIQUE

Années de modèles de 1971 à 1992
Ventes totales de plus de 100 000 unités

Société	Modèle	Ventes	Société	Modèle	Ventes
VW	Coccinelle	979 454	AMC	American	142 467
Nissan	Tsuru	552 774	Chrysler	Volare	134 704
Nissan	Datsun	371 264	Chrysler	Shadow	132 706
VW	Caribe	301 351	Ford	Fairmont	124 664
Chrysler	Dart	219 455	Chrysler	Dart K	113 048
Ford	Topaz	203 674	VW	Jetta	111 367
Renault	Renault	173 491	Chrysler	Spirit	104 688
VW	Golf	148 547	VW	Atlantic	102 292

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



AUTRES VOITURES POPULAIRES AU MEXIQUE

Années de modèles 1971 à 1992

Ventes totales de plus de 10 000 unités

Société	Modèle	Ventes	Société	Modèle	Ventes
Ford	Grand Marquis	99 751	VW	Corsar	38 802
GM	Chevelle / Malibu	84 550	GM	Century	35 998
GM	Cutlass	82 146	Ford	Ghia	31 523
Ford	Mustang	80 518	GM	Citation	30 181
D.N.	Renault	79 121	Ford	Thunderbird	30 120
VW	Brasilia	72 320	Chrysler	LeBaron K	27 080
Ford	Maverick	69 289	VW	Safari	24 249
Ford	Galaxie	66 547	Ford	Taurus	22 944
GM	Chevy Nova	64 142	Nissan	Sakura	21 571
GM	Cavalier	57 411	Chrysler	New Yorker	21 554
Chrysler	Volare K	56 351	Chrysler	Monaco	20 136
GM	Impala / Caprice	48 252	Chrysler	Phantom	17 888
Chrysler	LeBaron	44 148	AMC	Classic	13 070
GM	Celebrity	43 875	Chrysler	Magnum K	12 251
AMC	Gremlin	43 096	GM	Monte Carlo	10 449
Ford	Cougar	40 885			

Source : Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada).

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : PIÈCES REMISES À NEUF

Aucun fournisseur de pièces remises à neuf ne s'est implanté au Mexique et c'est là un créneau éventuel pour les sociétés canadiennes ayant de l'expérience dans ce domaine. Les pièces entrant dans cette catégorie peuvent être des éléments d'alternateurs, de démarreurs, de carburateurs, de pompes à eau, d'embrayages et de freins. Des coentreprises avec des sociétés locales qui peuvent fournir les pièces à remettre à neuf seraient probablement la meilleure solution pour s'attaquer à ce marché.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : FILTRES ET BATTERIES

Le marché des filtres et des batteries est dominé par les fabricants mexicains. Une seule entreprise fabrique les trois marques de batteries mexicaines. Il y a deux fabricants de filtres, Continental et Groeling. La production locale a été protégée par les barrières commerciales qui seront retirées avec l'entrée en vigueur de l'ALÉNA et cela fera apparaître des possibilités pour les fabricants canadiens.

LES PIÈCES DE REMPLACEMENT

L'élément le plus important du marché secondaire de l'automobile est constitué des pièces de remplacement. Les principaux constructeurs de véhicules produisent de grandes quantités de pièces et de composantes destinées à l'exportation mais la réglementation gouvernementale les a obligés à acheter des pièces de fournisseurs mexicains pour les véhicules qu'ils fabriquent. Cela ne les a pas incités à s'intégrer verticalement. En 1990, ils n'ont fabriqué que 9 pour cent, en valeur, des pièces qu'ils ont utilisées. Il y a en vérité deux secteurs parallèles des pièces de rechange pour automobiles. La politique du gouvernement a protégé les marchés intérieurs des fabricants mexicains de pièces et a, en même temps, favorisé les exportations faites par des producteurs étrangers. Le segment de l'industrie appartenant à des intérêts mexicains est de loin le plus important des deux, mais les constructeurs produisent certaines pièces d'origine destinées à la vente par leurs concessionnaires.



LES PNEUMATIQUES

Il y a au Mexique six fabricants de pneus exploitant 11 usines. Quatre des sociétés appartiennent à des intérêts étrangers. Les usines sont vieilles et inefficaces et fermeront probablement au fur et à mesure de l'élimination des barrières commerciales. Les pneus constituent déjà une des plus importantes catégories de pièces importées. D'après l'INA, les importations cumulées de pneus pour les automobiles, les autobus et les tracteurs atteignaient 550 milliards de dollars US entre 1989 et avril 1993. Les marques de pneus les plus courantes sont Goodyear, Uniroyal, Coronada et Michelin.

LES ACCESSOIRES

Le segment des accessoires prend rapidement de l'importance sur le marché secondaire mexicain. En 1990, ce marché était évalué à 422 millions de dollars US avec une pénétration des importations de l'ordre de 20 pour cent. La croissance du marché devrait être de l'ordre de 12 pour cent au cours des années à venir. En 1990, les exportations d'accessoires du Mexique ont atteint environ 36,8 millions de dollars, soit près de 10 pour cent de la production locale.

L'ÉQUIPEMENT DE RÉPARATION ET D'ENTRETIEN

Les ventes d'automobiles ont augmenté et les services d'entretien subissent des pressions pour améliorer leur efficacité. Aussi, la demande d'équipement de garage est forte et augmente. Les politiques commerciales libéralisées ont adouci les restrictions à l'importation sur ces équipements. En 1989, on a commencé à appliquer à Mexico un programme obligatoire de contrôles environnementaux et les véhicules sont maintenant soumis à deux vérifications par année. Cela a fait gonfler brutalement la demande d'analyseurs de gaz et d'autres équipements de diagnostic. L'augmentation de la consommation d'équipement de réparation et d'entretien est de 12 pour cent par année depuis 1989, et on s'attend à ce que cette croissance soit de 8 pour cent par année jusqu'à 1995.

Le Mexique n'est pas en mesure de produire la totalité de cet équipement et les importations représentent environ les trois quarts du marché. La pénétration des importations devrait diminuer aux deux tiers au fur et à mesure que la capacité locale de production augmentera. Les analyseurs de gaz et les lave-autos ont tous deux affiché de forts taux de croissance des importations.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : ÉQUIPEMENT ET OUTILS DE DIAGNOSTIC ET DE RÉPARATION

La quasi-totalité de l'équipement utilisé dans les garages mexicains pour le diagnostic vient des États-Unis. Les sociétés dominantes sont Bear, Hunter, FMC et Sun. Le marché de ces équipements prendra de l'importance, en particulier pour les analyseurs de gaz et l'équipement de mise au point afin de respecter la nouvelle réglementation environnementale. Le marché des outils mécaniques est sous-développé et pourrait constituer une niche intéressante pour les petites sociétés canadiennes spécialisées dans ce domaine.

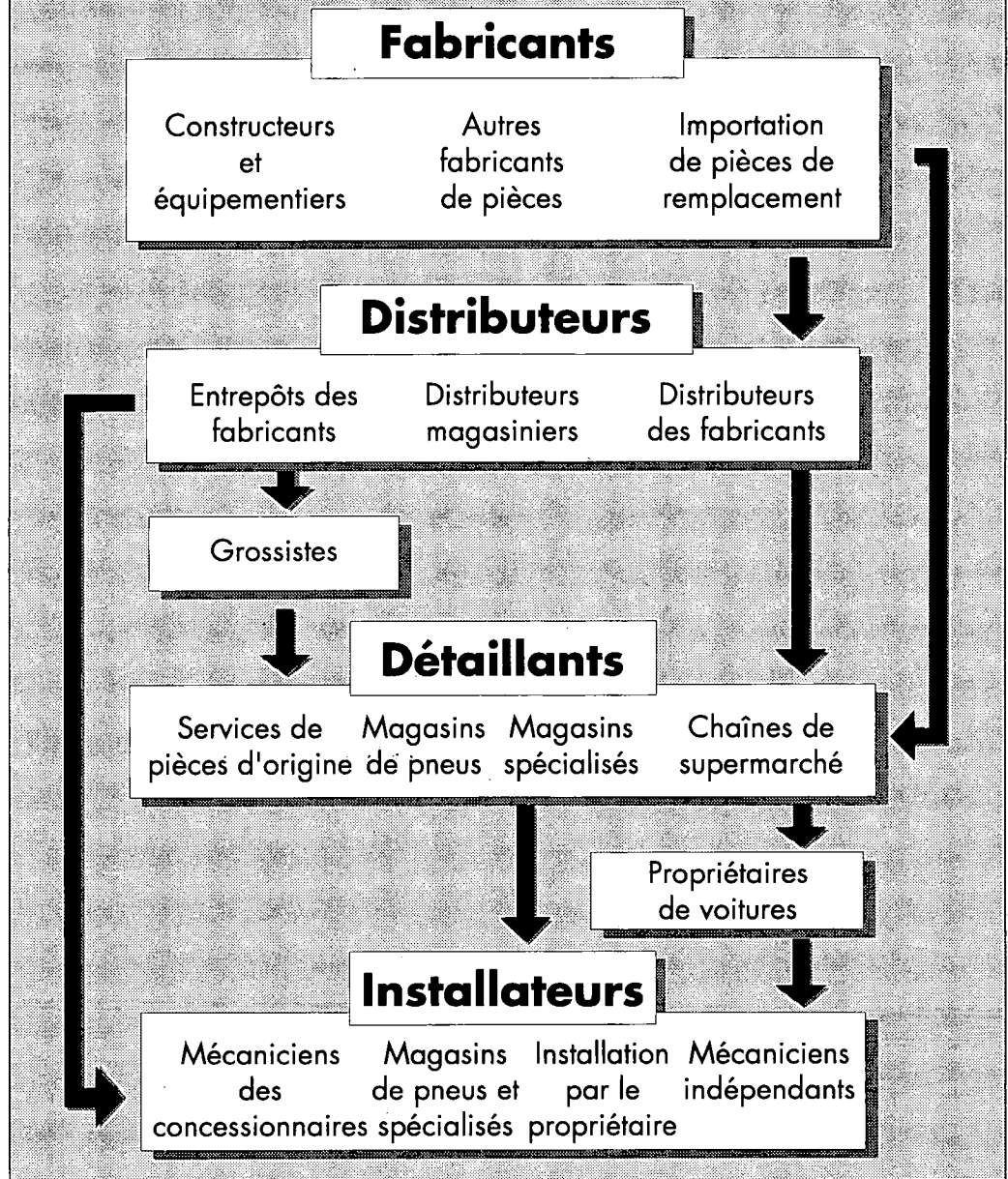
4. LA DISTRIBUTION DES PIÈCES D'AUTOMOBILES

LES DÉTAILLANTS DE PIÈCES D'AUTOMOBILES

LES CONCESSIONNAIRES DE VOITURES NEUVES

Il y a environ 1 100 concessionnaires de voitures et de camions neufs au Mexique qui accaparent actuellement environ la moitié des ventes de pièces de rechange. Ce sont en général de gros concessionnaires, vendant jusqu'à 700 voitures par année, soit près de deux fois la taille d'un concessionnaire canadien moyen. Il s'agit dans la plupart des cas d'exploitations familiales avec d'importantes

Système de distribution des pièces de remplacement



POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : LE CONSOMMATEUR MEXICAIN DE PIÈCES D'AUTOMOBILES

Les entrevues réalisées par l'Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada) ont révélé un certain nombre de caractéristiques intéressantes des propriétaires mexicains de voiture. Très peu d'entre eux font eux-mêmes leurs réparations, et on estime que les ventes pour cette activité représentent moins de 5 pour cent des ventes de pièces de remplacement. En règle générale, les propriétaires mexicains de voiture n'ont pas les compétences nécessaires pour faire leurs réparations eux-mêmes. De plus, les coûts de la main-d'œuvre étant faibles et la plupart des propriétaires de voiture relativement aisés, ils ont fortement tendance à faire réparer leurs véhicules dans des installations spécialisées.

Malgré ces caractéristiques, les ventes au comptant constituent une part importante du marché. Il faut mentionner ici un certain nombre de facteurs. Tout d'abord, les stations-service ne jouent pas un rôle important dans l'entretien des véhicules. Elles appartiennent toutes à *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État, et n'offrent généralement pas de service de réparation ni de vente de pièces de rechange. Les principales solutions qui s'offrent aux propriétaires mexicains de voiture sont les concessionnaires qui dominent le marché des pièces de rechange, mais les consommateurs se plaignent qu'ils sont inefficaces et qu'ils coûtent cher. Comme le système de distribution des pièces de rechange est largement inefficace, et que les concessionnaires sont ceux qui ont le meilleur accès aux pièces de remplacement, un grand nombre de consommateurs achètent leurs pièces de rechange chez eux et les remettent ensuite au mécanicien qui fera le travail de réparation dans un petit atelier. D'après les évaluations de l'AIA Canada, ces concessionnaires accaparent environ la moitié du marché. Les petits ateliers vendent environ 30 pour cent des pièces de rechange et les autres 20 pour cent sont vendues par les magasins de pneus.

Les chaînes spécialisées, y compris celles des vidanges rapides et d'entretien du dessous du véhicule ont commencé récemment à apparaître au Mexique. Midas et Speedy Muffler King prévoient tous deux prendre de l'expansion au Mexique. Les propriétaires mexicains de voiture seront très ouverts à l'apparition de n'importe quelle chaîne qui leur offrira des solutions d'entretien pratique.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : COMPTOIRS DE SERVICE

Il y a de bonnes possibilités pour les entreprises canadiennes qui peuvent fournir des services de réparation spécialisés, comblant le trou entre les concessionnaires bien équipés mais exagérément confiants et les petits ateliers indépendants. Certaines grandes chaînes de détail se sont déjà intéressées à ce secteur, mais il y a encore des possibilités, en particulier dans les grands centres urbains.

ressources financières et des modalités de gestion sophistiquées. Il arrive couramment qu'un concessionnaire ait de 20 à 30 aires de service qui sont fortement utilisées. Il faut parfois attendre deux semaines pour obtenir un rendez-vous et il est rare que le travail soit fini le même jour. Certains concessionnaires offrent un service extra-rapide à un coût additionnel.

Malgré leur taille, la plupart des concessionnaires n'ont pas de systèmes de contrôle d'inventaire informatisés. Ils obtiennent la plupart de leurs pièces des constructeurs, mais 15 à 20 pour cent proviennent d'équipementiers. Ils appliquent des marges de 40 à 50 pour cent sur les pièces et de 70 à 80 pour cent dans leurs services d'entretien. Les concessionnaires vendent également en gros aux clients commerciaux.

Les entrevues réalisées par l'AIA Canada laissent entendre que les concessionnaires connaissent le succès, mais sont exagérément confiants. Leurs services sont souvent coûteux et lents et, comme ils ont le sentiment d'être protégés, ils font peu d'efforts pour améliorer leur performance. Ils sont donc vulnérables à la nouvelle concurrence. Jusqu'à maintenant, les chaînes de vente de pneus et les spécialistes des pièces de rechange au détail ont été leurs seuls concurrents importants sur le marché des pièces de remplacement. Les concessionnaires de voitures neuves devront disposer d'un équipement plus moderne et de mécaniciens mieux formés pour rester concurrentiels.

LES COMPAGNIES DE PNEUS

Les compagnies de pneus exploitent environ 5 000 installations de réparation au Mexique. Les entreprises les plus importantes sur ce marché sont Goodyear, Euzkadi, Uniroyal/Goodrich et Bridgestone/Firestone. Environ 10 pour cent de ces commerces sont indépendants et les autres sont des franchises de l'usine.

La plupart des compagnies de pneus ont des commerces attrayants, et bon nombre disposent d'un équipement moderne comme du matériel de diagnostic électronique et des systèmes d'installation de pointe. Si les pneus constituent leur activité principale, près d'un tiers de leurs ventes vient de l'installation de pièces de remplacement, en particulier d'amortisseurs et d'autres éléments du dessous du véhicule. On estime qu'il faudra une meilleure formation du personnel et un grand nombre de ces commerces pour utiliser une technologie plus poussée.

LES PETITS ATELIERS

Le petit atelier traditionnel est une entreprise indépendante très petite qui fait l'entretien des voitures sur la rue. L'AIA Canada évalue qu'il y a environ 50 000 ateliers de ce genre au Mexique. Ceux-ci n'ont le plus souvent aucun équipement moderne et le coût élevé du terrain fait que la construction des aires de service est prohibitive pour eux. Ces ateliers sont également très vulnérables à la concurrence qui vient des nouvelles chaînes spécialisées. Les plus importants ateliers indépendants, ceux qui possèdent le terrain sur lequel ils sont installés dans les grandes villes, peuvent offrir les meilleures possibilités pour devenir des franchises de chaîne.

Les ateliers locaux et indépendants de réparation achètent le plus souvent leurs pièces auprès des magasins locaux de détail, même si dans de nombreux cas les clients apportent eux-mêmes leurs pièces.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : PRODUITS CHIMIQUES

Les huiles et les additifs sont vendus aux stations-service de *Petróleos Mexicanos (PEMEX)* et dans les magasins de détail comme Wal-Mart, Aurrera et Sears. Les principales marques d'huile sont Esso, Mobil et Quaker State. Les ventes au détail de produits automobiles sont quelque chose de relativement nouveau au Mexique, et il peut y avoir là un marché pour les fournisseurs canadiens qui pourraient vendre directement aux chaînes de détail ainsi qu'aux distributeurs en gros.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : ÉQUIPEMENT ET FOURNITURES D'ATELIER DE TÔLERIE

Les ateliers mexicains de tôlerie seront obligés de se moderniser, en partie à cause de la nouvelle réglementation sur la sécurité et l'environnement. Les modifications qui interviendront créeront une demande pour des systèmes de peinture sophistiqués qui incorporeront des contrôles de sécurité et d'émission comme ceux utilisés au Canada.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : VENTES AU DÉTAIL DE PIÈCES DE RECHANGE

Plusieurs chaînes américaines de détail ont déjà commencé à s'installer au Mexique, à vendre des pièces de rechange pour automobiles et à fournir des services d'entretien. Un grand nombre de chaînes canadiennes sont des filiales de ces entreprises et ne se verront pas confier le mandat de s'intéresser au marché mexicain. Toutefois, les chaînes de vente au détail et de spécialités appartenant à des intérêts canadiens ont la possibilité d'accéder au marché mexicain dans les cas où leurs compétences en distribution et en service leur confèreraient un avantage par rapport aux exploitations locales moins sophistiquées.

LES STATIONS-SERVICE

Toutes les stations-service du Mexique appartiennent à *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État. Elles vendent de l'essence, du carburant diesel et des additifs, à la fois de marque *PEMEX* et d'autres marques. Ces stations-service ne font pas de réparation ni d'entretien.

LES ATELIERS DE TÔLERIE

D'après les normes canadiennes, le domaine de la tôlerie est très rudimentaire au Mexique. Même s'il y a quelques exceptions dans les grands centres, les méthodes de réparation ont souvent 15 ans de retard par rapport à la technologie moderne. Les pièces de carrosserie sont le plus souvent reformées plutôt que remplacées. La peinture est souvent faite dans des garages dans lesquels on se préoccupe peu de la santé et de la sécurité ou de l'environnement. La peinture et les fournitures pour ce secteur d'activité proviennent généralement de distributeurs de peinture plutôt que de spécialistes en automobile, et les déchets de ces ateliers sont tout simplement jetés à la poubelle. La réglementation gouvernementale commence à faire changer les choses, mais il faudra de nouveaux investissements importants dans pratiquement tous les aspects de ce secteur d'activité.

LES MAGASINS DE DÉTAIL

Les magasins de détail connus sous le nom de *Refaccionarias* se spécialisent dans les ventes de pièces de rechange au comptoir, qui représentent de façon traditionnelle 90 pour cent du volume de leurs ventes. Leurs principaux clients sont les mécaniciens et les petits ateliers de réparation, même s'ils leur arrivent également de vendre à des détaillants plus petits et au grand public. Ils recherchent surtout la clientèle des petits ateliers locaux de réparation parce que peu d'entre eux assurent la livraison.

LES CHAÎNES DE COMMERCE DE DÉTAIL

Les grandes chaînes nationales de distribution n'ont pas encore attaqué le secteur mexicain du détail, même si leur présence est répandue aux États-Unis et au Canada. Les grands détaillants ont des marchés régionaux, surtout autour des grandes villes comme Mexico, Monterrey, Puebla and Guadalajara. De plus, en règle générale, ils ne tiennent pas de stocks importants de pièces de rechange et d'accessoires pour automobile, pas plus qu'ils n'assurent de service de mécanique. C'est là une situation qui commence à changer.

La libéralisation des marchés du fait de l'ALÉNA, combinée à la rapidité de la croissance économique et à l'augmentation du nombre de propriétaires de voiture fera apparaître d'importantes possibilités pour les chaînes de détail étrangères ou les coentreprises. Même si le marché du bricolage est relativement petit au Mexique, les ventes importantes au comptoir des concessionnaires commencent à attirer la concurrence des chaînes de détail, parce que celles-ci distribuent de façon plus efficace leurs produits. Certaines de ces chaînes prévoient offrir l'installation des articles qu'elles vendent et d'autres services, comme le font leurs homologues au Canada et aux États-Unis.

C'est ainsi que Wal-Mart prévoit ouvrir jusqu'à dix centres automobiles en partenariat avec *Cifra*, un des plus grands détaillants mexicains. Chaque centre



DIX PRINCIPAUX DÉTAILLANTS MEXICAINS, 1991

Société	Nombre de magasins
Cifra	130
Comercial Mexicana	112
Gigante	109
Grupo SYR	107
Blanco ¹	86
Casa Ley	40
Sears de México	33
Organización Soriana	18
El Puerto de Liverpool	16
Grupo Sorimex	15

¹ Acquis par Gigante de México en 1991.

Source : Compilé par l'AIA Canada à partir de données obtenues de l'Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, Association nationale des centres de service automobile.

occupera une surface de l'ordre de 20 000 mètres carrés et offrira à la fois la vente de pièces de rechange au détail et les services d'entretien des véhicules. Les postes de travail seront, au début, spécialisés dans le remplacement et la réparation des amortisseurs, des pneus, le réglage des trains et les vidanges. L'entreprise assurera la formation de ses propres techniciens en service.

K Mart, Woolworth, Sears et Price Club sont au nombre des chaînes de détail américaines qui envisagent de pénétrer le marché mexicain.

PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS AMÉRICAINS DANS LE COMMERCE DU DÉTAIL AU MEXIQUE

Société américaine	Partenaire mexicain	Année du premier investissement	Nombre envisagé de magasins
Wal-Mart, Inc. ¹	Cifra	1991	35
Price Club ¹	Comercial Mexicana	1991	10
K Mart Corp ¹	El Puerto de Liverpool	1992	100
J.C. Penney ²	Aucun	1993	8
Dillards ²	Aucun	1992	5
Sears ²	Aucun	1982	13
Woolworth Corp. ²	Aucun	1991	38

¹ Coentreprise. ² En pleine propriété.

Source : Compilation de l'AIA Canada à partir de données obtenues du Consejo Mexicano de Inversión, Conseil mexicain des investissements.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : DISTRIBUTION DES PIÈCES DE RECHANGE

Aucun des grossistes auxquels l'AIA Canada a rendu visite n'était comparable, par la taille ou par la sophistication de la gestion, aux sociétés canadiennes du même domaine. Il y a des possibilités d'alliances avec ces entreprises, qui leur permettraient d'obtenir une structure de prix plus concurrentielle et des systèmes de distribution plus efficaces. Toutes ces entreprises ont manifesté de l'intérêt à obtenir des devis d'autres fournisseurs.

LES DISTRIBUTEURS DE PIÈCES D'AUTOMOBILES

La distribution des pièces de rechange n'est pas aussi concentrée au Mexique que dans le reste de l'Amérique du Nord. On compte environ 50 distributeurs importants et 500 entreprises agissant comme revendeurs/grossistes. Il n'y a que cinq des plus gros distributeurs à avoir des entrepôts importants, qui restent toutefois petits par rapport aux normes canadiennes. Le plus souvent, ils offrent des pièces de rechange de marques renommées et ont jusqu'à 20 000 articles différents en stock en tout temps. Ils ne se servent pas de programmes de gestion sophistiqués des stocks comme aux États-Unis.

D'après l'AIA Canada, les distributeurs les plus importants se spécialisent dans les pièces de rechange pour moteur, ainsi que les pièces d'allumage, de suspension et pour freins. Ils ne tiennent pas en stock une gamme complète de pièces de rechange de carrosserie, de peinture ou d'accessoires. Ils se servent de systèmes informatisés de contrôle d'inventaire et de comptabilité, mais ne sont pas équipés de systèmes électroniques de transmission de données. Ils n'ont pas encore établi de liens avec les grands grossistes des États-Unis.

Les petits distributeurs offrent la livraison le même jour, mais les grands concessionnaires traitent le plus souvent les commandes dans la nuit et livrent le jour suivant. L'AIA Canada signale que les marges brutes sont de l'ordre de 30 pour cent.

5. LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

LES DÉCRETS PRÉSIDENTIELS

Le décret présidentiel de 1962, et un second paru en 1973, ont tenté de réduire les importations en interdisant celle de moteurs, puis en imposant des exigences précises de contenu local. Le secteur mexicain de l'automobile était toutefois trop petit pour constituer un marché efficace pour les fabricants locaux de pièces de rechange. En 1977, le gouvernement a modifié sa politique pour stimuler les exportations, tout en maintenant l'obligation de valeur ajoutée mexicaine par une mesure obligeant à conserver un équilibre commercial. Les cinq fabricants multinationaux d'automobile ont réagi en investissant au Mexique avec la construction d'usines de moteur dont la production était essentiellement destinée aux marchés d'exportation.

Malgré ces efforts, le boom pétrolier du début des années 1980 a fait apparaître une demande que la production intérieure ne pouvait satisfaire. Les importations de pièces de rechange ont augmenté de près de 500 pour cent entre 1978 et 1981. En 1982, le secteur de l'automobile était responsable de plus de la moitié du déficit commercial du Mexique. Le gouvernement a réagi en 1983 avec un nouveau décret qui a marqué un changement majeur de politique en abandonnant les restrictions aux importations et en favorisant la promotion des exportations.

Le décret de 1983 sur la rationalisation du secteur automobile a limité le nombre de modèles d'automobile qu'un fabricant peut produire afin d'augmenter la taille des séries de production. Les exigences de contenu local ont été allégées pour les modèles dont une grande partie est exportée.

En 1989, deux nouveaux décrets présidentiels ont été promulgués : celui sur le développement et la modernisation de l'industrie automobile et un autre, distinct, s'appliquant aux autobus et aux camions lourds. Le décret sur l'automobile libérait encore plus le contexte commercial en permettant aux fabricants d'importer des véhicules dans des quantités pouvant atteindre 20 pour cent de leurs ventes intérieures. Ce décret oblige également chaque fabricant à conserver un surplus commercial. Pour l'année de modèles 1994, ces fabricants doivent exporter 1,75 \$ pour chaque dollar de véhicules importés. Dans le cas des ventes mexicaines, l'exigence de contenu local a été réduite à 36 pour cent pour les véhicules et à 30 pour cent pour les pièces de rechange. La restriction sur le nombre de modèles a été abandonnée.

Le décret de 1989 sur les camions et les autobus était plus libéral que celui sur l'automobile. Comme les camions et les autobus jouent un rôle essentiel dans les efforts du Mexique pour développer ses infrastructures, on peut maintenant les importer plus facilement, sans exigences de contenu local. Il y a toutefois une obligation d'équilibre commercial, mais il n'est plus nécessaire d'enregistrer un surplus.

À compter de 1991, le Mexique a adouci son interdiction d'importation de voitures usagées pour permettre leur entrée dans la zone frontalière du nord. Un grand nombre d'analystes estiment que cette nouvelle politique est à l'origine du grand nombre d'importations illégales dans le reste du Mexique.

Les achats de voitures neuves sont lourdement frappés de taxes au Mexique. Il y a une taxe de 10 pour cent à la valeur ajoutée et une taxe d'accise. Combinées, les deux atteignent 21 à 49 pour cent, selon le type de véhicule.



LES EFFETS DE L'ALÉNA

Le secteur de l'automobile bénéficie d'un traitement particulier dans le cadre de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA). En particulier, les dispositions sur les règles d'origine prévoient des mesures particulières pour protéger les marchés canadiens et américains des abus éventuels de pays non signataires de l'Accord. En même temps, le marché des pièces de rechange — et en particulier des pièces de remplacement — sera largement libéralisé.

L'ALÉNA étend les dispositions de l'ALÉ entre le Canada et les États-Unis au Mexique. L'ALÉ avait déjà réduit sensiblement les tarifs douaniers sur les pièces de rechange entre les États-Unis et le Canada et, comme les achats de pièces de rechange par les grands fabricants étaient déjà exemptés des droits de douane dans le cadre du Pacte de l'automobile entre le Canada et les États-Unis, c'est sur le marché des pièces de remplacement que les effets de l'ALÉNA se feront le plus sentir.

La libéralisation du contexte commercial profitera beaucoup plus aux producteurs canadiens et américains de pièces de rechange qu'à leurs concurrents mexicains. Auparavant, le Mexique avait réussi à exporter à la fois des véhicules et des pièces d'origine aux États-Unis et au Canada sans restriction alors que les importations de produits comparables au Mexique avaient été limitées par les exigences de contenu national mexicain. Avec l'entrée en vigueur de l'ALÉNA, celle-ci et toute une gamme d'autres restrictions prévues par le décret sur l'automobile de 1989 seront éliminées progressivement d'ici le 1^{er} janvier 2004.

Le Mexique éliminera également progressivement les restrictions qui empêchent actuellement l'importation de véhicules autrement que par les fabricants. Avec l'entrée en vigueur de l'ALÉNA, les exigences à l'exportation pour les fabricants baisseront à 0,80 \$ par dollar d'importation et seront éliminées progressivement sur dix ans.

Les tarifs douaniers qui s'appliquent environ aux trois quarts de toutes les pièces de rechange pour automobiles seront éliminés d'ici cinq ans. Les tarifs douaniers mexicains sur les véhicules aménagés diminueront immédiatement de 50 pour cent et disparaîtront complètement d'ici dix ans. La période d'élimination pour les camions légers est de cinq ans et les restrictions disparaissent immédiatement pour les camions de poids moyens et lourds et les autobus.

Les règles d'origine sont conçues pour empêcher les pays non signataires d'utiliser le territoire d'un pays participant pour accéder au marché nord-américain de façon détournée. Ce fut une question particulièrement difficile à régler dans le cas du Mexique parce que son faible coût de la main-d'œuvre est reconnu comme un incitatif aux abus. Un certain nombre de règles d'origine spéciales s'appliquent au secteur de l'automobile. D'ici l'an 2002, les automobiles et les camions légers devront avoir un minimum de 62,5 pour cent de contenu nord-américain pour être protégés par l'ALÉNA — une augmentation de 50 pour cent par rapport aux dispositions de l'ALÉ. On exercera un suivi des pièces de rechange au fur et à mesure qu'elles entreront dans la fabrication de composants et de sous-ensembles. Cette règle compliquera la tâche des sociétés européennes et japonaises qui voudraient tirer parti de l'ALÉNA en assemblant des véhicules en Amérique du Nord à partir de pièces importées.

Dans le cadre de l'ALÉNA, les investisseurs des États-Unis et du Canada ont immédiatement le droit de posséder 100 pour cent de tout fabricant mexicain de pièces de rechange. La propriété étrangère des autres entreprises du secteur de l'automobile est limitée à 49 pour cent, mais les règles sur la pleine propriété seront éliminées au cours des cinq ans à venir.

L'ALÉNA contribuera à l'augmentation graduelle de l'intégration du secteur de l'automobile en Amérique du Nord en améliorant l'efficacité des secteurs de la fabrication des pièces d'origine et des pièces de revente de l'industrie.

LES TARIFS DOUANIERS ET LES TAXES

Le Mexique est devenu membre à part entière du GATT en 1986. Ce fut le point de départ d'un important processus de libéralisation et de restructuration des échanges commerciaux. Les droits à l'importation ont chuté d'un maximum de 100 pour cent en 1983 à un maximum de 20 pour cent après 1988. Le nombre de produits nécessitant des permis d'importation a été fortement réduit.

Aucun permis d'importation n'est nécessaire pour les pièces de rechange pour automobiles. Les droits de douane sont au maximum de 20 pour cent de la valeur de la facture. S'ajoutent à cela des frais de traitement douanier de 0,8 pour cent. Une *Impuesto al Valor Agregado (IVA)* de 10 pour cent, ou taxe à la valeur ajoutée, est calculée sur la valeur totale, y compris les droits de douane et les frais de traitement douaniers. Il y a un certain nombre de programmes de remboursement des droits de douane et de rabais de la *IVA*. Les produits destinés à la fabrication des produits exportés sont généralement admissibles à ces réductions.

LES NORMES

Le gouvernement mexicain fixe des normes minimales de qualité pour les pièces de rechange pour automobiles. Il n'y a qu'un petit nombre de ces normes, connues sous le nom de *Normas Oficial Mexicana (NOM)* à être obligatoires. Elles concernent le liquide de frein, les appareils de sécurité pour les freins hydrauliques et les systèmes d'alarmes.

L'ÉTIQUETAGE

Le *Sistema Internacional (SI)*, système métrique, est la norme officielle au Mexique et, même si son utilisation n'est pas obligatoire, les exportateurs utilisent normalement les mesures du système *SI* pour leurs étiquettes. Le système impérial est également en vigueur et le double étiquetage est permis. Les étiquettes apposées sur les produits importés doivent être rédigées en espagnol avant que ces produits n'entrent au Mexique. Certaines des *NOM* contiennent des exigences particulières d'étiquetage et d'autres règlements s'appliquent à l'étiquetage des produits destinés à la vente au détail. En règle générale, les étiquettes doivent fournir les renseignements suivants :

- nom du produit;
- nom commercial et adresse du fabricant;
- contenu net;
- numéro de série;
- date de fabrication;
- descriptif électrique;
- mise en garde; et
- instructions pour l'utilisation, la manutention et normes à respecter.

L'alimentation électrique est en 60 cycles, 110, 220 ou 400 volts. L'alimentation en courant triphasé et monophasé 230 volts est également disponible.



EXEMPLES DE TAUX DE DROITS DE DOUANE SUR LES PIÈCES D'AUTOMOBILES ENTRANT AU MEXIQUE

20 %	15 %	10 %
Systèmes de réglage des trains et d'équilibrage des roues	Pistons d'aluminium	Compresseurs pour air climatisé
Pare-chocs	Roulements à billes avec axe intégral	Compresseurs de suralimentation à air et pièces
Équipement de lavage des voitures	Logements de roulements à billes	Instruments de régulation et de contrôle automatique
Radiocassettes	Courroies	Roulements à rouleaux ou à billes
Allume-cigares	Systèmes d'alarme	Pièces et accessoires de carrosserie
Pompes à injection diesel	Calandres	Culasses et blocs-moteurs
Emblèmes	Carburateurs	Barres de commande et roulements
Signaux d'urgence	Compresseurs	Outils électriques
Charnières	Compteurs	Équipement de vérification du moteur
Appareils de levage et crics	Klaxons	Analyseurs de gaz
Serrures	Enjoliveurs	Analyseurs d'allumage
Moulures	Entrées ou collecteurs d'échappement	Systèmes d'allumage
Pincés, manivelles, tournevis, marteaux	Équipement d'éclairage ou de signalisation	Isolants en plastique
Rétroviseurs	Galleries	Machines à équilibrer les pièces mécaniques
Équipement pour enlever les pneus	Silencieux	Bavettes garde-boue
Pneumatiques	Pompes	Pièces pour équipement d'éclairage et de signalisation
Pare-brise	Ceintures de sécurité	Segments de piston
	Sièges	Culbuteurs
	Indicateurs de vitesse et compte-tours	Ressorts
	Volants	Pièces de direction
	Toits ouvrants	Roulements à rouleaux coniques
	Pare-soleil, tableaux de bord, accoudoirs, repose-tête	Bancs d'essai pour moteurs
	Roues et jantes	Arbres de transmission
	Essuie-glace, dégivrateurs	Pointeaux et tiges de soupape et soupapes

Source : Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada), 1993.

6. LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Les sociétés canadiennes qui souhaitent pénétrer le marché mexicain en croissance des pièces de rechange pour automobiles doivent venir à bout d'un certain nombre de difficultés. Les plus évidentes sont les différences linguistiques et culturelles et les façons de faire des affaires, mais il est également important d'adapter le produit au marché mexicain et de le présenter d'une façon qui attire les consommateurs mexicains. Il faut réussir à faire tout cela sans les méthodes de communications modernes qu'on est habitué à prendre pour acquises au Canada et aux États-Unis.

La première étape est de choisir entre plusieurs stratégies de pénétration du marché. L'approche la plus simple est de vendre directement du Canada à des acheteurs mexicains ou, indirectement, par l'intermédiaire de distributeurs canadiens. Toutefois, les sociétés canadiennes qui réussissent le mieux ont constaté qu'il faut avoir une présence permanente au Mexique pour présenter leur produit de la meilleure façon possible.

LES AGENTS ET LES DISTRIBUTEURS

La méthode la plus courante pour se présenter sur le marché mexicain est, pour une société canadienne, de passer une entente avec un agent ou un distributeur. La seule différence entre les deux est le niveau de responsabilité que chacun prendra. Un agent agit au nom de la société canadienne et a le pouvoir de passer des ententes qui lient celle-ci. Il lui incombe donc de toujours agir dans l'intérêt de la société qu'il représente. Il est donc essentiel de trouver un agent qui ne soit pas exposé à des conflits d'intérêts et de définir dans le contrat d'agence les limites précises des pouvoirs et des responsabilités de cet agent. Certaines sociétés canadiennes embauchent des employés mexicains pour agir comme agents.

Par contre, un distributeur agit pour son propre compte. Il ne peut pas engager un fournisseur canadien mais il aura une grande marge de manœuvre sur la façon dont les produits seront revendus. De façon traditionnelle, le distributeur devient le propriétaire des biens, mais il arrive également qu'il s'en occupe en consignation. Les contrats de distribution doivent fixer des limites précises pour les prix, la région géographique desservie et les produits concurrents. Ces contrats peuvent également comprendre des dispositions pour le service à la clientèle et le respect des garanties mais, à la différence des contrats d'agence, le distributeur n'est pas tenu à l'obligation générale d'agir dans le meilleur intérêt du fournisseur canadien.

LA FABRICATION CONJOINTE

Certaines sociétés canadiennes arrivent sur le marché mexicain grâce à des ententes de co-fabrication avec des producteurs locaux. Le produit est fabriqué au Mexique en utilisant un ensemble de techniques de conception, des technologies, des produits et des éléments fournis par le partenaire canadien. Les conditions de ces ententes peuvent aller d'une simple redevance de fabrication, auquel cas le partenaire mexicain travaille en échange d'honoraires, à des coentreprises dans lesquelles les deux partenaires partagent les risques.

LES SOCIÉTÉS MEXICAINES DE VENTE

Une autre façon de pénétrer le marché mexicain est d'ouvrir un bureau local de vente ou une société mexicaine qui sera le fournisseur exclusif du produit du fournisseur canadien. Il peut s'agir d'un *bureau de représentation* qui n'a pas alors à être incorporé ou enregistré au Mexique, à condition qu'il ne réalise pas directement de ventes ni ne reçoive de revenus d'origine mexicaine. S'il faut assurer un soutien plus complexe, une société mexicaine peut être incorporée pour s'occuper de toutes les affaires de la société canadienne. Une telle société peut appartenir en totalité à des intérêts étrangers.

ÉTABLIR DES CONTACTS

La participation aux foires commerciales au Mexique est une façon très efficace pour établir des contacts. Les meilleures foires commerciales sont celles qui sont parrainées par des associations commerciales locales ou par les organismes industriels canadiens ou américains. L'ambassade du Canada à Mexico et le bureau commercial à Monterrey peuvent apporter de l'aide. Certaines entreprises embauchent des courtiers neutres. Ils présentent les acheteurs et les vendeurs en échange d'honoraires mais ne représentent aucune des parties.



LA DÉCISION D'ALLER DE L'AVANT

Même si c'est une solution qui offre de très intéressantes possibilités d'avenir, pénétrer le marché mexicain peut prendre du temps et être frustrant. Pour réussir, il faut l'appui total de la haute direction et y consacrer des ressources importantes. Avant d'aller de l'avant, les sociétés doivent évaluer à la fois leur marché et leur produit pour s'assurer que les deux concordent. Il y a cinq questions fondamentales à se poser :

- Le produit convient-il aux consommateurs mexicains? Par exemple, il est possible que le produit de bricolage ne se vende pas très bien au Mexique.
- Y a-t-il des restrictions à l'importation pour ce produit? Les dispositions des décrets mexicains sur l'automobile seront éliminées progressivement, mais le marché ne sera pas complètement libre avant 2004.
- Le prix du produit convient-il au marché mexicain? Le coût d'utilisation d'un véhicule au Mexique est près du double de celui du Canada et le prix peut constituer un obstacle plus important qu'au Canada.
- Le produit peut-il faire concurrence à des produits locaux en se servant des canaux de distribution actuels? Les ententes actuelles peuvent reposer sur des dispositions de protection du marché qui n'existent plus, mais la loyauté aux marques de commerce et aux personnes dans le secteur restera forte malgré tout.
- Le produit respecte-t-il les normes mexicaines pour cette catégorie de produit?

Dans les cas où le produit n'est pas connu sur le marché mexicain, il faudra informer le consommateur et probablement transmettre de la documentation pour la formation du distributeur. Ces deux types de documents doivent être produits en espagnol, tout comme les étiquettes apposées sur les produits et les documents promotionnels.

Les sociétés qui ont réussi au Mexique offrent le plus souvent le même conseil : se préparer attentivement, mettre en place des partenaires locaux et être préparé à faire des affaires «à la mexicaine». Les possibilités sont très intéressantes pour les sociétés qui sont prêtes à y consacrer le temps et les ressources nécessaires.

7. OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE

MINISTÈRES ET SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (AÉCIC) est le ministère fédéral du gouvernement canadien qui a le plus de responsabilité dans le domaine du développement et des échanges commerciaux. L'InfoCentre est le premier endroit où s'adresser pour obtenir des conseils sur la façon d'exporter. On y donne des renseignements sur les programmes et les services touchant aux exportations, on contribue à apporter des solutions aux problèmes d'exportation. C'est la première porte à laquelle il faut frapper pour accéder au réseau de renseignements commerciaux de AÉCIC. Les entreprises intéressées peuvent aussi s'y procurer des publications spécialisées dans le domaine des exportations.

InfoCentre

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

La Direction du commerce pour l'Amérique latine et les 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'au Consulat de Monterrey. 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 crédits et d'affaires sur les éventuels clients étrangers.

Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles (LGT)

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

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL

AÉCIC a implanté les Centres de commerce international à travers le pays pour que les sociétés canadiennes qui veulent exporter s'y adressent facilement en premier. Partageant les locaux régionaux d'Industrie Canada (IC), les centres relèvent de AÉCIC. Ils aident les entreprises à déterminer si elles sont ou non prêtes à exporter, ils les aident dans leurs travaux de recherche et de planification des marchés, leur fournit l'accès aux programmes gouvernementaux conçus pour promouvoir les exportations et leur 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:

Colombie- Britannique

Tour Scotia
900-650, rue West Georgia
C.P. 11610
Vancouver (C.-B.) V6B 5H8
Téléphone : (604) 666-0434
Télécopieur : (604) 666-8330

Yukon

300, rue Main
Pièce 210
Whitehorse (Yukon) Y1A 2B5
Téléphone : (403) 667-3925
Télécopieur : (403) 668-5003

Alberta et Territoires du Nord-Ouest

Place Canada
9700, avenue Jasper
Bureau 540
Edmonton (Alb.) T5J 4C3
Téléphone : (403) 495-2944
Télécopieur : (403) 495-4507

510, 5^e Rue Sud-Ouest
11^e étage
Calgary (Alb.) T5P 3S2
Téléphone : (403) 292-6660
Télécopieur : (403) 292-4578

Saskatchewan

119, 4^e Avenue Sud
Bureau 401
Saskatoon (Sask.) S7K 5X2
Téléphone : (306) 975-5315
Télécopieur : (306) 975-5334

1919, promenade Saskatchewan
6^e étage
Regina (Sask.) S4P 3V7
Téléphone : (306) 780-6325
Télécopieur : (306) 780-6679



Manitoba	330, avenue Portage 7 ^e étage C.P. 981 Winnipeg (Man.) R3C 2V2 Téléphone : (204) 983-8036 Télécopieur : (204) 983-2187
Ontario	Édifice Dominion Public 1, rue Front Ouest 4 ^e étage Toronto (Ont.) M5J 1A4 Téléphone : (416) 973-5053 Télécopieur : (416) 973-8161
Québec	Tour de la Bourse 800, Square Victoria Bureau 3800 C.P. 247 Montréal (Québec) H4Z 1E8 Téléphone : (514) 283-8185 Télécopieur : (514) 283-8794
Nouveau-Brunswick	Place Assumption 770, rue Main C.P. 1210 Moncton (N.-B.) E1C 8P9 Téléphone : (506) 857-6452 Télécopieur : (506) 851-6429
Île-du-Prince-Édouard	Mail Confederation Court 134, rue Kent Bureau 400 C.P. 1115 Charlottetown (Î.-P.-É.) C1A 7M8 Téléphone : (902) 566-7400 Télécopieur : (902) 566-7450
Nouvelle-Écosse	Tour Central Guarantee Trust 1801, rue Hollis 5 ^e étage C.P. 940, Station M Halifax (N.-É.) B3J 2V9 Téléphone : (902) 426-7540 Télécopieur : (902) 426-2624
Terre-Neuve	Place Atlantic 215, rue Water Bureau 504 C.P. 8950 St. John's (T.-N.) A1B 3R9 Téléphone : (709) 772-5511 Télécopieur : (709) 772-5093/2373

capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit à l'utilisateur des renseignements sur les capacités, l'expérience et l'intérêt de plus de 30 000 exportateurs canadiens. Pour s'inscrire au réseau Exportations WIN, téléphonez au (613) 996-5701.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS D'EXPORTATIONS (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'exportations. Le PDME est géré par les bureaux régionaux de IC et financé par AÉCIC. Les activités admissibles à l'aide financière du PDME (jusqu'à 50 pour cent des coûts) sont, entre autres:

- la participation à des foires commerciales étrangères reconnues en dehors du Canada;
- des voyages pour identifier des marchés d'exportation et les visites d'acheteurs étrangers au Canada;
- la préparation de réponse à des appels d'offres ou de propositions de projets à l'étape précontractuelle pour des projets à réaliser en dehors du Canada;
- l'ouverture de bureaux de vente permanents à l'étranger afin d'appuyer des efforts de commercialisation soutenus;
- des activités spéciales pour les organisations sans but lucratif du secteur alimentaire, agricole et de la pêche qui ne font pas de vente, pour les offices de commercialisation comme, par exemple, l'organisation de foires commerciales, d'essais techniques et de démonstrations de produits; et
- les coûts nouvellement admissibles, qui comprennent les essais de produits pour la certification sur les marchés, les frais juridiques pour les ententes de commercialisation à l'étranger, les coûts de transport pour les stagiaires de compagnies de forage au large, les coûts de démonstration des produits et tous les autres coûts nécessaires à la mise en œuvre des plans de commercialisation.

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 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.

RÉSEAU MONDIAL D'INFORMATION SUR LES EXPORTATIONS

Le réseau mondial d'information sur les exportations (Exportations WIN) est un système informatisé conçu par AÉCIC pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à faire correspondre les besoins qu'ils constatent à l'étranger aux



FINANCEMENT INTERNATIONAL

AÉCIC 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. AÉCIC 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 :

Direction du financement des exportations et des projets
d'équipement
Affaires étrangères et Commerce international Canada
Téléphone : (613) 995-7251
Télécopieur : (613) 943-1100

PROGRAMME D'APPORTS TECHNOLOGIQUES

Géré par AÉCIC 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. IC contribue également à la promotion de ce programme. Les agents de ce programme répondent aux demandes visant à identifier l'origine et les possibilités d'apport technologique 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) 993-3996.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT

Ce programme aide les entreprises canadiennes à trouver les fonds dont elles ont besoin. Il favorise la promotion des investissements qui prennent la forme de nouvelles usines et de matériel, de coentreprises ou de partenariats stratégiques. Il cherche surtout à attirer des investissements qui font venir de nouvelles technologies au Canada, un élément clé de la création de nouveaux emplois et de possibilités de développement économique. Les agents d'investissements peuvent s'adresser à des investisseurs étrangers et leur faire rencontrer les sociétés canadiennes. Pour de plus amples renseignements téléphonez au (613) 995-8400.

INDUSTRIE CANADA

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

- élaborer, 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;
- élaborer et mettre en œuvre des politiques nationales mettant l'accent sur l'entrepreneuriat ainsi que sur le lancement, la croissance et l'expansion 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 canadienne.

Direction de l'automobile
Direction générale du transport
routier, urbain et ferroviaire
235, rue Queen, 10^e étage, Tour Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-3436
Télécopieur : (613) 952-8088

Centre de services aux entreprises
Industrie Canada
235, rue Queen, 1^e étage, Tour Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 952-4782
Télécopieur : (613) 957-7942

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

BUREAUX RÉGIONAUX D'IC

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. Ils assurent également la promotion et la gestion de tout un ensemble de programmes et de services.



Les bureaux régionaux d'IC ont des compétences particulières dans les domaines suivants :

- l'accès aux renseignements et à l'expertise sur le commerce et la technologie;
- l'accès à des réseaux nationaux et internationaux;
- une base de connaissances du secteur industriel;
- le partage des locaux avec les Centres de commerce international en liaison avec AÉCIC et les représentations commerciales canadiennes à l'étranger;
- l'orientation de l'intérêt de leurs clients vers les entreprises nouvelles au seuil; et
- les renseignements d'affaires d'IC.

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

RADAR est une base de données informatisée qui contient des données sur 26 000 sociétés canadiennes. On y trouve des renseignements de base sur les produits, les services et les activités qui sont utiles aux clients éventuels. Le système a été créé en 1980 par IC, conjointement avec les gouvernements provinciaux participants. RADAR devait au début permettre aux délégués commerciaux d'AÉCIC à travers le monde de trouver des sociétés canadiennes capables de tirer parti des possibilités des marchés étrangers. Aujourd'hui, plus de 11 000 abonnés canadiens et internationaux utilisent le système, non seulement pour trouver des fournisseurs canadiens mais également pour se procurer des renseignements sur les marchés et sur leurs possibilités. La majorité des abonnés sont des sociétés canadiennes. Pour obtenir de plus amples informations, on s'adressera à Industrie Canada au numéro (613) 954-5031.

SERVICE D'INFORMATION COMMERCIALE

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, l'élaboration de produits, la commercialisation et l'élargissement des marchés. Les renseignements fournis portent sur les valeurs, le volume et les prix unitaires des importations, les caractéristiques d'importation particulières (par exemple matériaux, catégories, gamme de prix, etc), les noms des importateurs, les principaux pays d'exportation, l'identification des exportateurs étrangers au Canada, la production canadienne, les exportations canadiennes et les importations américaines. Les deux tiers des clients de ce service sont de petites entreprises. Pour obtenir de plus amples renseignements on s'adressera à Industrie Canada au numéro (613) 954-4970.

REVENU CANADA

Comptoir d'information sur l'ALÉNA
Revenu Canada, Douanes, Accise et Impôt
191, avenue Laurier Ouest, 6^e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0L5
Téléphone : 1-800-661-6121
Télécopieur : (613) 954-4494

Assistance en espagnol

Il est possible d'obtenir des renseignements en espagnol sur l'ALÉNA auprès de Revenu Canada, Douanes et Accise en téléphonant au (613) 941-0965.

AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL

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

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

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

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE

Les entreprises du Canada atlantique qui veulent développer leurs exportations 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.



Le Programme Action vient en aide aux entreprises qui veulent développer leurs marchés en élaborant des plans de commercialisation. Les efforts de l'agence portent sur le suivi des possibilités commerciales découlant de l'évolution économique mondiale, de ses efforts de communication pour promouvoir la région, des missions commerciales et des activités connexes ainsi qu'une meilleure coordination avec les organismes fédéraux et provinciaux qui ont un rôle à jouer dans les domaines des possibilités commerciales et des investissements.

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

Terre-Neuve et Labrador Place Atlantic
215, rue Water, bureau 801
C.P. 1060, Station C
St. John's (T.-N.) A1C 5M5
Téléphone : (709) 772-2751
Numéro sans frais :
1-800-563-5766
Télécopieur : (709) 772-2712

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

Île-du-Prince-Édouard 75, rue Fitzroy
3^e étage
Charlottetown (Î.-P.-É.) C1A 1R6
Téléphone : (902) 566-7492
Numéro sans frais :
1-800-565-0228
Télécopieur : (902) 566-7098

Nouveau-Brunswick 570, rue Queen
C.P. 578
Fredericton (N.-B.) E3B 5A6
Téléphone : (506) 452-3184
Numéro sans frais :
1-800-561-4030
Télécopieur : (506) 452-3285

PROGRAMME DE DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE DE L'OUEST

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

Manitoba Édifice Cargill
240, avenue Graham, bureau 712
C.P. 777
Winnipeg (Man.) R3C 2L4
Téléphone : (204) 983-4472
Télécopieur : (204) 983-4694

Saskatchewan Édifice S.J. Cohen
119, 4^e Avenue Sud, bureau 601
C.P. 2025
Saskatoon (Sask.) S7K 5X2
Téléphone : (306) 975-4373
Télécopieur : (306) 975-5484

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

Alberta Place Canada
9700, avenue Jasper, bureau 1500
Edmonton (Alb.) T5J 4H7
Téléphone : (403) 495-4164
Télécopieur : (403) 495-7725

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

Colombie-Britannique Tour Bentall 4
1200-1055, rue Dunsmuir
C.P. 49276
Vancouver (C.-B.) V7X 1L3
Téléphone : (604) 666-6256
Télécopieur : (604) 666-2353

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



SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS

La SEE est un organisme unique qui aide les entreprises canadiennes à faire concurrence à l'échelle internationale. Elle facilite les exportations et les investissements à l'étranger en offrant des 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.

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

Ottawa (Administration centrale)	151, rue O'Connor Ottawa (Ont.) K1A 1K3 Téléphone : (613) 598-2500 Télécopieur : (613) 237-2690
Vancouver	One Bentall Centre 505, rue Burrard, bureau 1030 Vancouver (C.-B.) V7X 1M5 Téléphone : (604) 666-6234 Télécopieur : (604) 666-7550
Calgary	510, 5 ^e rue Sud-Ouest, bureau 1030 Calgary (Alb.) T2P 3S2 Téléphone : (403) 292-6898 Télécopieur : (403) 292-6902
Winnipeg	330, avenue Portage 8 ^e étage Winnipeg (Man.) R3C 0C4 Téléphone : (204) 983-5114 Télécopieur : (204) 983-2187 (dessert le Manitoba et la Saskatchewan)

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

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

Montréal
Tour de la Bourse
800, Square Victoria, bureau 4520
C.P. 124
Montréal (Québec) H4Z 1C3
Téléphone : (514) 283-3013
Télécopieur : (514) 878-9891

Halifax
Purdy's Wharf, Tour 2
1969, rue Upper Water, bureau 1410
Halifax (N.-É.) 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 (CNRC) 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 d'élaboration, d'accession, d'acquisition, de mise en œuvre et d'utilisation de la technologie dans toute l'industrie canadienne. Ce réseau existe depuis 40 ans et a acquis la réputation d'être un des programmes les plus souples et les plus efficaces du gouvernement fédéral. PARI tire parti d'un vaste réseau regroupant plus de 120 bureaux locaux et régionaux, 20 centres provinciaux de technologie, des laboratoires du Conseil de recherches même et des instituts de recherche, les ministères du gouvernement fédéral et les agences de transfert technologique dans les universités canadiennes. Le réseau du PARI englobe également à l'étranger les conseillers techniques attachés aux services commerciaux canadiens à l'étranger dans environ 18 pays. Pour de plus amples renseignements ou le nom de l'agent du PARI le plus proche, adressez-vous au :

Bureau du PARI
Conseil national de recherches du Canada
Chemin de Montréal
Bâtiment M-55
Ottawa (Ont.) K1A 0R6
Téléphone : (613) 993-5326
Télécopieur : (613) 954-2524



CONTACTS IMPORTANTS AU CANADA

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Association des industries de l'automobile du Canada (AIA Canada)
1272, rue Wellington
Ottawa (Ont.) K1Y 3A7
Téléphone : (613) 728-5821
Télécopieur : (613) 728-6021

Association des fabricants de pièces d'automobile du Canada (AFPAC)
195, The West Mall, Bureau 516
Etobicoke (Ont.) M9C 5K1
Téléphone : (416) 620-4220
Télécopieur : (416) 620-9730

Le Conseil canadien pour les Amériques (CCA) est un organisme sans but 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 sur la région.

Conseil canadien pour les Amériques (CCA)
Bureau de la direction
145, rue Richmond Ouest, 3^e étage
Toronto (Ont.) M5H 2L2
Téléphone : (416) 367-4313
Télécopieur : (416) 367-5460

Association des exportateurs canadiens (AEC)
99, rue Bank, bureau 250
Ottawa (Ont.) K1P 6B9
Téléphone : (613) 238-8888
Télécopieur : (613) 563-9218

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

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

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

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

Association des transitaires internationaux canadiens
C.P. 929
Streetsville (Ont.) L5H 2C5
Téléphone : (905) 567-4633
Télécopieur : (905) 542-2716

BUREAUX INTERNATIONAUX DE LA BANQUE DE MONTRÉAL AU CANADA

La Banque de Montréal est la banque canadienne qui dessert le Mexique depuis le plus longtemps. Elle offre une vaste gamme de services bancaires internationaux et de services commerciaux dans ses bureaux de financement commercial partout au Canada.

Bureaux de financement commercial

129, rue St-Jacques Ouest, 12^e étage
Montréal (Québec) H2Y 1L6
Téléphone : (514) 877-9465
Télécopieur : (514) 877-6933

Place First Canadian, 23^e étage
Toronto (Ont.) M5X 1A1
Téléphone : (416) 867-5584
Télécopieur : (416) 867-7635

959, rue Burrard, 6^e étage
C.P. 49350
Vancouver (C.-B.) V7X 1L5
Téléphone : (604) 665-2740
Télécopieur : (604) 665-7283

Bureaux des opérations internationales

959, rue Burrard, 7^e étage
C.P. 49500
Vancouver (C.-B.) V7X 1L5
Téléphone : (604) 665-3705
Télécopieur : (604) 665-7120

340, 7^e Avenue Sud-ouest, Niveau B1, FCC
Calgary (Alb.) T2P 0X4
Téléphone : (403) 234-3775
Télécopieur : (403) 234-3777

353, rue Main
C.P. 844
Winnipeg (Man.) R3C 2R6
Téléphone : (204) 985-2202
Télécopieur : (204) 985-2739



234, rue Simcoe, 3^e étage
Toronto (Ont.) M5T 1T1
Téléphone : (416) 867-6567
Télécopieur : (416) 867-7162

288, rue St-Jacques Ouest
Montréal (Québec) H2Y 1N1
Téléphone : (514) 877-7317
Télécopieur : (514) 877-7155

BUREAUX DE BAKER & MCKENZIE AU CANADA

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 leurs conviennent pour s'implanter au Mexique ou y élargir leurs activités.

Baker & McKenzie

Avocats

Place BCE

181, rue Bay, bureau 2100

Toronto (Ont.) M5J 2T3

Téléphone : (416) 865-6910/6903

Télécopieur : (416) 863-6275

BUREAU DU GOUVERNEMENT MEXICAIN AU CANADA

L'ambassade du Mexique, le délégué commercial mexicain au Canada et les bureaux consulaires mexicains peuvent fournir de l'aide et des conseils aux sociétés canadiennes sur la façon de faire des affaires au Mexique.

Ambassade du Mexique

45, rue O'Connor, bureau 1500

Ottawa (Ont.) K1P 1A4

Téléphone : (613) 233-8988

Télécopieur : (613) 235-9123

Consulat du Mexique à Ottawa

Téléphone : (613) 235-7782

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, Station Commerce Court Ouest

Toronto (Ont.) M5L 1E9

Téléphone : (416) 368-2875/8141/1847

Télécopieur : (416) 368-8342

Consulat général du Mexique

810-1139, rue Pender ouest

Vancouver (C.-B.) V6E 4A4

Téléphone : (604) 684-3547/1859

Télécopieur : (604) 684-2485

Consulat honoraire du Mexique

380, chemin St. Louis

N° 1407

Québec (Québec) G1S 4M1

Téléphone: (418) 681-3192

Télécopieur : (418) 683-7843

Consulat honoraire du Mexique

830-540 5^e Avenue Sud-Ouest

Calgary (Alb.) T2P 0M2

Téléphone : (403) 263-7077/7078

Télécopieur : (403) 263-7075

COMMISSION COMMERCIALE DU MEXIQUE

Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) est la Commission commerciale du Mexique et offre des services de crédit, de garanties d'exportation et de conseils aux compagnies mexicaines qui veulent faire des affaires au Canada. *Bancomext* parraine également des foires commerciales, des expositions internationales et des missions commerciales.



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 communications qui leur donne accès à de nombreuses bases de données économiques, gouvernementales et financières à travers le monde. Ces banques sont implantées partout au Mexique et ont des bureaux à Toronto.

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

Banco de Comercio (Bancomer)
Place de la Banque Royale
Tour Sud, bureau 2915
C.P. 96
Toronto (Ont.) 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 (Ont.) M5J 2S1
Téléphone : (416) 360-8900
Télécopieur : (416) 360-1760

BUREAUX DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU MEXIQUE

SECTION DES AFFAIRES COMMERCIALES DE L'AMBASSADE DU CANADA AU MEXIQUE

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

Pour téléphoner à Mexico, il faut composer 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
Apartado Postal 105-05
11560 México, D.F.
Mexique
Téléphone: 724-7900
Télécopieur: 724-7982

Centre canadien des affaires
Centro Canadiense de Negocios
Nacional 926 Ejército
Col. Polanco
11540 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 580-1176
Télécopieur : 580-4494

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



CONTACTS IMPORTANTS AU MEXIQUE

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES

American Chamber of Commerce in Mexico A.C.
(AMCHAM)

Cámara de Comercio Americana en México A.C.
Lucerna No. 78, Piso 2
Col. Juárez
06600 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 705-0995
Télécopieur : 535-3166

Association mexicaine de l'automobile

Asociación Mexicana Automovilística
Orizaba 7
Col. Roma
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 208-8329
Télécopieur : 511-6285

Association mexicaine des distributeurs d'automobile

Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores
Mercaderes No. 134
Col. San José Insurgentes
03900 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 593-2644
Télécopieur : 651-4599

Association mexicaine de l'industrie automobile

Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA)
Ensenada No. 90
Col. Condesa
06100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 272-1144, 277-1144
Télécopieur : 515-2542

Association nationale des distributeurs et rechapeurs
de pneus

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

Association nationale de l'automobile

Asociación Nacional Automovilística
Miguel Schultz No. 140
Col. San Rafael
06470 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 705-0133/0251
Télécopieur : 546-0665

Association nationale des importateurs et
exportateurs de la République du Mexique

*Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la
República Mexicana (ANIERM)*
Monterrey No. 130
Col. Roma
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 584-9522
Télécopieur : 584-5317

Association nationale des grossistes en pièces
d'automobile

*Asociación Nacional de Mayoristas de Partes Para Automóviles
A.C. (ANAMAPA)*
Dr. Lucio No. 127-202
Col. Doctores
06720 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 578-3527
Télécopieur : 578-8841

Association nationale des représentants,
importateurs et distributeurs de pièces et
d'accessoires d'automobile

*Asociación Nacional de Representantes, Importadores y
Distribuidores de Refacciones y Accesorios Para Automóviles,
A.C. (ARIDRA)*
Morelia No. 38-305
Col. Roma
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 514-3721, 525-2820
Télécopieur : 207-6476

Association nationale des établissements d'entretien
automobile

*Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y
Departamentales*
Homero 109, Piso 11
Col. Polanco
11560 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 254-6220, 545-8803

Association des ateliers de réparation d'automobile

Asociación de Talleres Automotrices (ATA)
Bahía de Todos los Santos 168
Col. Verónica Anzures
11300 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 260-6294
Télécopieur : 260-7406



Association des ateliers de mécanique et de carrosserie

Asociación de Rectificadores y Reconstructores Automotrices (ARRA)

J. Hernández y Dávalos No. 7

Col. Algarín

06880 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 519-6448/4892

Télécopieur : 519-6448

Chambre nationale de commerce de Mexico

Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO)

Pasco de la Reforma No. 42

Col. Centro

06030 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 592-2677/2665

Télécopieur : 705-7412, 592-3571

Chambre nationale de l'industrie de la fabrication

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)

Av. San Antonio No. 256

Col. Ampliación Nápoles

03849 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 563-3400

Télécopieur : 598-8020

Association nationale des fabricants d'autobus et de camions

Asociación Nacional de Productores de Autobuses, Camiones y Tractocamiones A.C.

Gabriel Mancera No. 114-A

Col. del Valle

03100 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 882-2971

Télécopieur : 523-1828

Association nationale des ateliers de réparation d'auto

Asociación Nacional de Talleres Automotrices A.C.

Fernando Rosas No. 745

Col. Barrio de San Miguelito

78330 San Luis Potosí, San Luis Potosí

Mexique

Téléphone : 12-4766

Télécopieur : 12-5706

Fédération nationale des ateliers de réparation d'auto

Federación Nacional de Talleres Automotrices

Gómez Farías 955

Col. Centro

91700 Veracruz, Veracruz

Mexique

Téléphone : 31-5004, 36-0224

Télécopieur : 32-8360

Industrie nationale des pièces d'automobiles

Industria Nacional de Autopartes A.C. (INA)

Amatlán No. 19

Col. Condesa

06540 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 553-2224

Télécopieur : 286-4101

Secrétariat au Commerce et au Développement industriel

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)

Subsecretaría de Comercio Exterior

Alfonso Reyes No. 30

Col. Hipódromo Condesa

06170 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 729-9256/9257

Télécopieur : 729-9343

CONTACTS IMPORTANTS

Automobile Tuning Equipment S.A. de C.V.

Equipos de Afinación Automotrices S.A. de C.V.

José Maria Iglesias 39

Col. Revolución

06030 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 535-0677

Télécopieur : 535-0285

BOGAR S.A. de C.V.

Cruz Verde 169-1A

Col. Los Reyes Coyoacán

04330 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 689-7000

Télécopieur : 549-3459

Gigante S.A. de C.V.

Av. Ejército Nacional No. 796-A

Col. Polanco

11520 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 724-8000

Télécopieur : 724-8380

Bodegas Gigantes

Av. Jardín No. 245

Col. Tlatilco

02860 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 724-9000

Télécopieur : 556-4220

Productos Monarca

Bvd. Manuel Avila Camacho No. 339

San Francisco Cuautlalpan

53560 Naucalpan, Estado de México

Mexique

Téléphone : 576-4113

Télécopieur : 359-3322



Casa Ley S.A. de C.V.
Carretera Internacional y Calle Deportiva, Km. 1434
80020 Culiacán, Sinaloa
Mexique
Téléphone : 59-1000
Télécopieur : 50-5010

Casa Ley S.A. de C.V.
Montes Urales No. 635, Despacho 101/102
Col. Lomas de Chapul Tepec
11000 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 202-0256/0447
Télécopieur : 202-0501

Sears Roebuck de México S.A. de C.V.
San Luis Potosí No 214
Col. Roma
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 227-7500
Télécopieur : 574-2268

Tiendas de Descuento Sultana S.A. de C.V.
Autopista México-Querétaro Km. 368
Cuautitlán, Izcali
Mexique
Téléphone : 872-6199
Télécopieur : 872-6687

El Puerto de Liverpool S.A. de C.V.
Mariano Escobedo No 425
Col. Chapultepec Polanco
11570 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 531-3440
Télécopieur : 531-7120

Mai de México S.A. de C.V.
Patriotismo No. 889, Piso 6
Col. Mixcoac
03910 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 563-8700
Télécopieur : 561-1550

Grupo Protexa S.A. de C.V.
Apartado Postal 2933
Carretera Monterrey-Saltillo, Km. 339
66350 Santa Catarina, Nuevo León
Mexique
Téléphone : 336-3030
Télécopieur : 336-2964
Bureau des achats de Houston — IMXPORT
Téléphone (713) 820-3300

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

CONDUMEX
Miguel de Cervantes Saavedra 255
Col. Ampliación Granada
11520 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 328-5800
Télécopieur : 202-3380

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

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

Grupo Rassini S.A. de C.V.
Via José López Portillo No. 10
54940 San Francisco Chilpan, Estado de México
Mexique
Téléphone : 872-3211
Télécopieur : 872-3258

Grupo Vitro
Av. Central No. 101
Col. Xolostoc
Apartado Postal 101
Santa Clara, Estado de México
Mexique
Téléphone : 227-6100
Télécopieur : 227-6197

Grupo Spicer
Bosques de Ciruelos 27
Col. Bosques de las Lomas
11700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 726-8101
Télécopieur : 726-8102

LISTE DES PUBLICATIONS COMMERCIALES MEXICAINES

Business Mexico, trimestriel
Lucerna No. 78
Col. Juárez,
06600 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 705-0995
Télécopieur : 535-3166



Publié par l'American Chamber of Commerce in Mexico. Les lecteurs sont les dirigeants de sociétés mexicaines et américaines au Mexique. Un grand nombre de sociétés mexicaines qui font affaire avec des sociétés américaines y sont abonnées.

Expansión, bimensuel
Sinaloa No. 149, Piso 9
Col. Roma Sur
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 207-2176
Télécopieur : 511-6351

Le plus important magazine d'affaires du Mexique.

Mecánica en Movimiento, mensuel
Av. Oaxaca No. 23, Piso 2
Col. Roma
06700 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 514-9127

Publié par l'Asociación de Talleres Automotrices (ATA), Association des ateliers de réparation automobile. Ce magazine se spécialise dans les procédures d'entretien automobile et a été publié pour la première fois en août 1991. Ses lecteurs sont des propriétaires ou des gestionnaires d'ateliers de réparation et d'entretien, des fabricants et des distributeurs de pièces d'automobiles, des vendeurs de véhicules neufs et usagés et le grand public. L'abonnement coûte 60 000 pesos, ou 20 \$ US.

Noticias ATA, mensuel
Editorial Andonaegui S. de R.L.
Sócrates No. 104-2
Col. Polanco
11510 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 395-4484/4930
Télécopieur : 395-4746

Publié par Editorial Andonaegui S. de R.L., ce magazine se spécialise dans les questions automobiles. Ses lecteurs sont les propriétaires ou les gestionnaires d'ateliers de réparation et d'entretien, les fabricants et les distributeurs de pièces d'automobile, les vendeurs de véhicules neufs et usagés et toutes les personnes concernées de près ou de loin par le secteur de l'automobile. L'abonnement est gratuit; la revue fait la publicité de produits et public des rapports sur les dernières nouvelles du secteur de l'automobile.

Volante Automotriz
Calle 11 No. 8691, Cantes 1140
Zona Centro
22000 Tijuana, Baja California
Mexique
Téléphone/Télécopieur : (66)34-1022

Magazine sur le secteur automobile, l'entretien ainsi que la course automobile.

Indicador Automotriz
Editorial Laudaan
Av. Pasco de la Reforma 730, Despacho 1301
Edificio Zacatecas
Col. Guerrero
06900 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 583-8832
Télécopieur : 583-4715

Publication sur les nouvelles de l'automobile (magazine/journaux)

Mexico Automotriz
Luis G. Vicyra No. 14
Col. San Miguel Chapultepec
11850 México, D.F.
Mexique
Téléphone/Télécopieur : 516-6185

Journal de l'industrie automobile.

Alianza Automotriz
Ediciones Verac S.A.
Lopez No. 15 Desp. 210 - 211
Col. Centro
06050 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 512-3530
Télécopieur : 510-1842

Journal de l'industrie automobile.



Enquête auprès des lecteurs

AIDEZ NOUS À MIEUX VOUS SERVIR

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

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

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

Division du commerce pour l'Amérique latine et les Antilles
Affaires étrangères et Commerce international Canada
Édifice Lester B. Pearson, 125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2



LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E

3 5036 20086593 2


80025 75540

AVEC LE CONCOURS DE :



Ministère des Affaires étrangères Department of Foreign Affairs
et du Commerce international and International Trade
Direction du commerce dans l'Amérique latine et les Antilles



Banque de Montréal

Au-delà de l'argent,
Il y a les gens.



Diversification de l'économie de l'Ouest Canada Western Economic Diversification Canada



Agence de promotion économique du Canada atlantique Atlantic Canada Opportunities Agency



InfoCentre

Numéro sans frais : 1-800-267-8376

Téléphone : (613) 944-4000

Télocopieur : (613) 996-9709

FaxLink : (613) 944-4500