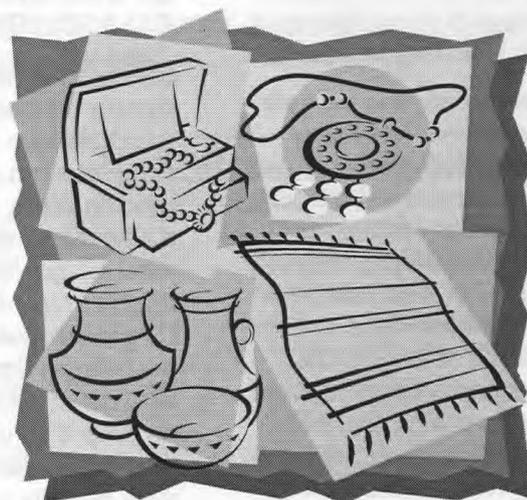


# Articles cadeaux et articles d'artisanat



## LES POSSIBILITÉS

Le marché mexicain des articles cadeaux offre des débouchés intéressants pour certains fabricants canadiens.

- Les Mexicains échangent beaucoup de cadeaux et ils ont, de par leur tradition, plus d'occasions d'en offrir qu'au Canada.
- Pratiquement la moitié de la population mexicaine d'environ 100 millions de personnes a moins de 20 ans, ce qui constitue un marché important pour les jouets.
- Même si le marché est dominé par des produits locaux et des importations en provenance d'Asie, peu coûteuses, il y a des créneaux pour des produits importés plus coûteux.
- Ce sont les produits typiquement canadiens, emballés pour le haut de gamme du marché, qui ont les meilleures possibilités.

## DONNER DES CADEAUX : UNE TRADITION MEXICAINE

Les Mexicains aiment donner et recevoir des cadeaux. La famille est au cœur de la culture mexicaine et

les échanges de cadeaux renforcent ce sentiment. Même dans une relation d'affaires, il est normal de parvenir d'abord à une relation d'amitié avant de passer sérieusement aux questions d'affaires. Les échanges de cadeaux font souvent partie de ce processus. Il est par exemple d'usage d'apporter un petit cadeau quand on est invité à dîner au domicile d'un associé en affaires. Les cadeaux sont échangés dans des occasions beaucoup plus nombreuses qu'au Canada, y compris à l'occasion des anniversaires, des fêtes religieuses et des mariages. Un pourcentage élevé de Mexicains sont de religion catholique et les fêtes religieuses sont des occasions particulièrement importantes de donner des cadeaux. Offrir fait également partie de la tradition autochtone qui consiste à payer un tribut à quelqu'un.

Les Mexicains échangent des cadeaux dans deux occasions pour lesquelles cela ne se fait pas au Canada. *Día de los Reyes*, l'Épiphanie, qui est célébrée le soir du 5 janvier, est l'occasion de remettre une seconde série de cadeaux aux enfants après Noël. *Día de tu Santo*, correspond à la fête du saint dont on porte le nom. Il y a également d'autres jours saints en fonction de l'activité ou de la

## SOMMAIRE

Ce document d'information sur le marché mexicain des **articles cadeaux et articles d'artisanat** a été produit et publié par Prospectus Inc., en vertu d'un contrat du MAÉCI, en même temps que d'autres profils et résumés sectoriels sur les débouchés au Mexique. On peut se les procurer auprès de :

© Ministère des Approvisionnements et Services, mars 1997

### InfoCentre

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

Télécopieur : (613) 996-9709

FaxLink\* : (613) 944-4500

Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :  
1 800 628-1581 ou (613) 944-1581  
Internet: <http://www.dfait-maeci.gc.ca>

\*FaxLink est un système de réponse par télécopieur qui permet la transmission automatique d'un vaste éventail de sommaires sur les débouchés d'affaires au Mexique. Il suffit de composer le numéro FaxLink à partir du clavier d'un télécopieur et de suivre les instructions du message guide parlé.

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

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

N° cat. E73-9/63-1996-1F  
ISBN 0-662-81648-X

Also available in English.

PARRAINÉ PAR

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

profession. Dans ces occasions, il convient de donner des petits cadeaux et parfois de l'argent liquide.

Le type de cadeau dépend bien sûr de la nature de l'occasion. Les cadeaux coûteux sont réservés essentiellement aux anniversaires et à Noël, au sein de la famille. Les articles populaires vont de la bijouterie et des vêtements pour les adultes aux jouets et aux jeux pour les membres les plus jeunes de la famille. Les cadeaux peu coûteux conviennent pour des occasions plus courantes. Les Mexicains plus âgés et relativement aisés adorent les décorations pour la maison en bronze, en marbre ou en verre. Les jeunes adultes aiment particulièrement les vêtements, les parfums, les disques compacts, les stylos, les articles de cuisine et les aliments fins.

Il n'y a guère que les Mexicains relativement aisés qui puissent acheter la plupart des cadeaux importés des pays industrialisés. Pour ceux qui peuvent se les offrir, les cadeaux importés sont synonymes de prestige. En règle générale, on estime que les familles qui se situent dans les 20 pour 100 des couches supérieures de la distribution des revenus sont les meilleurs clients éventuels. Les produits d'artisanat mexicain sont peu coûteux, facilement accessibles et certains sont importés d'Asie et d'Afrique.

Les possibilités de vendre des cadeaux canadiens se retrouvent essentiellement dans des créneaux bien précis qui peuvent se révéler difficiles à accéder. Les Mexicains aisés achètent leurs cadeaux dans des centres commerciaux, des magasins à rayons et des boutiques spécialisées. Le plus souvent, les distributeurs s'occupent de cadeaux en même temps que d'autres produits. Les principales exceptions à cette règle sont les œuvres d'art et les articles de collection, mais cela ne concerne qu'un tout petit segment du marché.

## LE MARCHÉ DES CADEAUX AU MEXIQUE

Les cadeaux ne relèvent pas d'un secteur d'activité en particulier. Leur caractéristique est qu'ils sont achetés par quelqu'un d'autre que l'utilisateur. En vérité, un grand nombre d'acheteurs estiment que le cadeau idéal est quelque chose que le destinataire n'achèterait pas lui-même. Un produit devient souvent un cadeau par la façon dont il est emballé. C'est ainsi qu'on estime que des bouteilles de sirop d'érable bien présentées sont un excellent cadeau au Mexique alors que des emballages classiques, du type épicerie, viseront simplement à faire acheter le produit par le consommateur.

### LES BIJOUX

La fabrication de bijoux est la plus importante activité qui se consacre essentiellement à des produits destinés à être achetés comme cadeaux. L'industrie mexicaine des bijoux a une longue tradition de produits de qualité fabriqués à la main. Elle est composée de très petites sociétés. D'après le recensement industriel de 1994, publié par l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, il y avait, en 1993, 1 585 établissements qui fabriquaient des bijoux en or ou en argent. Ils employaient environ 8 000 personnes, ce qui donne une moyenne d'environ cinq employés par entreprise. Deux cent cinquante-huit autres sociétés, donc 92 avec environ 3 000 employés, se consacraient à la fabrication de bijoux de fantaisie.

Certains spécialistes du secteur estiment que les nombres obtenus lors du recensement sont beaucoup trop faibles. Il y a un important secteur non structuré de la fabrication des bijoux et des objets d'artisanat faits à la main. Ce secteur est composé de

petites sociétés qui ne sont pas enregistrées et de personnes travaillant à leur propre compte. De façon courante, ces produits sont vendus aux marchés qui se tiennent dans les rues.

Les fabricants mexicains de bijoux de fantaisie sont en général des sociétés plus grosses et faisant appel à plus de capitaux que celles travaillant les métaux et les pierres précieuses. Certains d'entre eux exportent leurs produits au Canada et aux États-Unis mais la plupart doivent affronter sur leur propre marché le faible coût des produits importés d'Asie. Les principaux fabricants sont *Argollas Matrimoniales*, *Casa Guijarro*, *Karati*, *Vari*, *Lior*, *Industrias Link*, *Joyería Baque*, *Joskes de México* et *Nina Reguertis*. Ces sociétés commercialisent leurs produits essentiellement dans les grandes chaînes de magasins à rayons.

### LES JOUETS

D'après le recensement industriel de 1994 publié par l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, en 1993, il y avait au Mexique 164 fabricants de jouets. Le recensement sous-évalue probablement leur nombre total parce qu'il ne tient pas compte des petites entreprises du secteur non structuré. Il ne tient pas non plus compte des *maquiladoras*, usines de fabrication en franchise, appartenant à des intérêts étrangers comme Fisher Price qui sont en général assez importantes.

La production locale s'attache essentiellement aux produits à faible technologie, notamment les balles, les ballons et les billes. On fabrique également au Mexique des jouets en plastique et gonflables ainsi que des jouets que l'on peut conduire. L'essentiel des produits les plus sophistiqués achetés au Mexique est importé. Le marché est dominé par de grandes multinationales comme Mattel, qui vend surtout des produits

importés d'Asie. Parce qu'elles fabriquent une partie de leurs produits au Mexique, ces sociétés ont échappé jusqu'à maintenant aux droits compensateurs du Mexique qui frappent les importations de jouets des pays asiatiques. C'est ainsi que les droits imposés à certains jouets chinois dépassent 350 pour 100.

## LES PRODUITS D'ARTISANAT

Les entreprises mexicaines qui déclarent fabriquer des articles cadeaux appartiennent à beaucoup d'autres secteurs d'activité en plus de la joaillerie et de la fabrication de jouets. Il s'agit souvent d'une forme d'artisanat en ce sens que la fabrication de leurs produits nécessite le plus souvent un type d'habileté manuelle.

L'Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos para Regalo, Decoración y Artesanías (Amfar), Association mexicaine des fabricants de cadeaux, d'articles décoratifs et d'artisanat, publie un annuaire des exposants à sa foire du cadeau de 1996. Le slogan de cet événement était «Noël commence en juillet» et l'annuaire donne des indications de la popularité des divers articles cadeaux. Environ 40 pour 100 des 400 exposants qui ont participé à cette exposition se décrivent comme des *artesanías*, des artisans. On retrouve dans leurs produits toute une diversité d'articles de décoration, y compris des objets en verre, en métal, en bois et en poterie. Presque 20 pour 100 des exposants montraient des produits en céramique, en argile et en porcelaine. Environ 16 pour 100 des sociétés se déclaraient distributeurs de produits importés. En moyenne, chaque exposant présentait deux catégories de produits.

## LES ACHETEURS

Les types de cadeaux qui ont le plus de chances d'être importés du Canada sont vendus surtout dans les magasins de détail de luxe qui cherchent à attirer les Mexicains relativement

## EXPOSANTS D'ARTICLES CADEAUX, PAR PRODUIT, À LA FOIRE DU CADEAU DE L'AMFAR DE 1996

Pourcentage des 400 exposants

Gamme de produits	Pourcentage	Produits typiques
Artisanat	40,1	sculptures, figurines, artisanat en céramique et en métal, figurines religieuses
Produits en céramique, en argile et en porcelaine	19,6	figures, sculptures, décorations, chandeliers, articles de table, cadres
Produits importés	15,8	figurines, articles de table, jeux, articles de fête, crayons et stylos, images
Images, cadres et sculptures	14,2	peintures originales et reproductions, figurines, cadres
Mobilier et produits du bois	13,6	petits meubles décoratifs, boîtes, cadres, sculptures
Sacs et accessoires	6,3	sacs, accessoires pour cheveux, chapeaux
Lampes, chandeliers et abat-jour	6,3	lampes de table et chandeliers en porcelaine et en métal
Produits en verre et vitraux	6,0	figurines, sculptures, panneaux de verre
Produits de Noël	5,4	scènes religieuses et décorations
Fleurs et chandelles	5,0	arrangements floraux naturels et artificiels, chandelles décoratives
Produits de papier	5,0	cartes de souhaits, emballages cadeaux, articles de fête jetables, livres
Produits en acrylique et en étain	4,4	cadres, plateaux, articles de table, décorations, articles promotionnels
Figurines et poupées	4,4	porcelaine et vêtements de poupée, marionnettes, figurines de Noël
Bijouterie et horloges	4,4	or, argent et bijouterie de fantaisie, montres
Argent, or, produits plaqués et en laiton	4,1	articles de table, vases, chandeliers, cadres
Produits pour la maison et coutellerie	4,1	articles de table, coutellerie, produits licenciés pour enfants
Produits de cuir	4,1	sacs à main, portefeuilles, ceintures, porte-documents, accessoires de bureau
Produits blancs et de textile	4,1	litterie, serviettes, ensembles de table
Parfums	0,9	huiles parfumées, fleurs déshydratées, chandelles aromatisées

Note : Le total des pourcentages n'arrive pas à 100 parce qu'un grand nombre d'exposants ont choisi plus d'une catégorie.

Source : Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos para Regalo, Decoración y Artesanías, (Amfar), Association mexicaine des fabricants de cadeaux, d'articles décoratifs et d'artisanat.

aisés. D'après les données publiées par la société d'expertise-conseil de Mexico SIGMA Consultores, les ménages qui avaient en 1996 un revenu supérieur à 9 680 \$ US composent juste un peu plus du cinquième de la population. Cela comprend les familles entrant dans les tranches de revenu intermédiaire à supérieur. Ces consommateurs résident presque en

totalité dans les grandes villes. Les ménages à revenu intermédiaire et supérieur représentent presque 30 pour 100 de la population de Mexico, de Guadalajara et de Monterrey. Ces trois villes accueillent le tiers de tous les Mexicains dans ces groupes de revenus, ce qui constitue un marché d'environ 7,5 millions de personnes. Les autres villes relative-

ment aisées avec des populations d'un million de personnes ou plus sont Toluca, Puebla, León et Torreón.

Les détaillants qui desservent ce créneau du marché comprennent les hypermarchés et les supermarchés (qui vendent beaucoup d'autres produits que les aliments), les magasins à rayons et les boutiques spécialisées. La plupart des grandes chaînes d'hypermarchés, y compris *Comercial Mexicana*, *Gigante* et *Casa Ley*, ont des rayons de bijoux de fantaisie et de jouets, qui sont des cadeaux populaires. Les centres commerciaux modernes, construits autour de grands magasins à rayons et dans lesquels on trouve des magasins spécialisés, sont destinés aux Mexicains aisés. Les principaux magasins à rayons sont entre autres *Coppel*, *El Puerto de Liverpool*, *Departamental José Ramírez* et *El Palacio de Hierro*. Plusieurs chaînes de magasins américains de détail ont ouvert des commerces au Mexique, en leur nom ou en partenariat avec des entreprises mexicaines. Wal-Mart, K-Mart et JC Penny sont tous présents au Mexique.

Certaines des grandes chaînes de magasins de détail achètent directement des fabricants dans d'autres pays. Cela est devenu moins courant depuis la dévaluation alors que ces chaînes s'efforcent de réduire leurs coûts en simplifiant leur système d'achat. Les distributeurs nationaux prennent progressivement de l'importance pour remplacer les systèmes de distribution traditionnels à plusieurs niveaux. Si certains grands partenariats mexicano-américains ont conclu des contrats d'approvisionnement aux États-Unis, d'autres détaillants achètent des produits importés de distributeurs mexicains. On peut se procurer un annuaire des principaux commerces de détail au Mexique auprès de l'*Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales (ANTAD)*, Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons.

L'ANTAD a annoncé que 200 nouveaux magasins seront construits en 1997 par les chaînes qui y sont affiliées. Les ventes devraient augmenter de huit pour cent au cours de l'année. Le président de l'ANTAD a déclaré dans la presse que le niveau des ventes ne reviendra pas à celui de 1994 avant 1999.

### LA VENTE AU DÉTAIL DIRECTE

La vente au détail directe est un phénomène nouveau mais en croissance au Mexique. De façon traditionnelle, le système postal péchait lourdement par son manque d'efficacité et le réseau téléphonique n'était pas fiable. Cela a privé les spécialistes de la commercialisation directe de leurs deux outils les plus importants. Il n'est pas facile de trouver des listes de clients et il n'y a qu'environ quatre millions de Mexicains qui possèdent des cartes de crédit.

Malgré cela, l'industrie de la commercialisation ou du marketing direct au Mexique est en croissance depuis la dévaluation du peso en décembre 1994. Plusieurs sociétés américaines de marketing direct se sont implantées au Mexique et ont signalé des taux de réponse qui sont le triple de ceux qu'elles connaissent aux États-Unis. Un observateur explique ce phénomène par le fait que les Mexicains ne reçoivent pas beaucoup de courrier, et surtout très peu de publicité. Ainsi, ils ont tendance à lire attentivement celle qu'ils reçoivent. Les spécialistes de la publicité envoyée par la poste peuvent accélérer le service en triant à l'avance le courrier et en le livrant directement à des centres de tri. Le système mexicain de téléphone s'améliore progressivement depuis qu'il a été privatisé et déréglementé. Les spécialistes du télémarketing ont également constaté qu'à la différence de leurs voisins du nord, les Mexicains sont trop polis pour raccrocher au nez de la personne qui les appelle.

Les spécialistes mexicains de la commercialisation estiment que les articles cadeaux peuvent bien se vendre par catalogue avec des systèmes de livraison privée. C'est ainsi que Victoria's Secret distribue exclusivement ses produits par catalogue au Mexique en assurant leur livraison en 48 heures, par messagerie, à partir des États-Unis. Des produits d'artisanat et de bijouterie sont également vendus de cette façon. Dans les grandes villes, on peut retenir des services de messagerie pour un coût aussi faible que 0,50 \$ US par livraison si le volume est important.

### LA CONCURRENCE

Les articles cadeaux fabriqués au Canada sont relativement coûteux au Mexique et font concurrence à des produits similaires d'autres pays industrialisés, ainsi qu'à des produits à bas prix en provenance du Mexique, d'Afrique ou d'Asie. Les fabricants américains sont les principaux concurrents directs des entreprises canadiennes.

À l'extrémité inférieure du marché, il y a un important «secteur non structuré» dominé par les vendeurs de rue et les tenanciers de petites étales de marché. Ces entreprises font une concurrence intense aux magasins du secteur structuré parce qu'elles ne sont pas imposées et vendent souvent des produits pirates. La partie du commerce de détail la moins structurée est appelée *tianguis*, un terme qui veut dire marché dans une langue autochtone. Il s'agit ici de marchés en plein air qui se tiennent une fois par semaine, à jour fixe, dans la même rue. Même si ces marchés sont surtout réputés pour leurs produits frais, les *tianguis* sont également réputés pour toutes les babioles qu'on y trouve, y compris les jouets et les bijoux de fantaisie. Certains de ces produits sont importés

de façon illégale d'Extrême-Orient mais on y trouve également un grand nombre de produits américains qu'on estime de meilleure qualité.

De grandes quantités de bijoux de fantaisie sont distribués par catalogue en utilisant des réseaux de relations personnelles (en général des femmes) qui vendent les produits à leurs amies et à leurs collègues de travail. Avon et House of Fuller distribuent leurs produits de cette façon. Il y a également des offres de ventes directes au détail au moyen de publicités télévisées ou adressées aux détenteurs de cartes de crédit.

## LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS

Même si le Canada et les Canadiens ont une image très favorable au Mexique, les produits canadiens sont assez mal connus et souvent confondus avec des produits américains. Lors d'entrevues avec des acheteurs mexicains, on a constaté une curiosité générale envers les articles cadeaux canadiens, mais les acheteurs ont également dit craindre qu'il soit difficile d'être approvisionné régulièrement en produits canadiens. Malgré cela, ils ont cité plusieurs catégories de produits dans lesquels les produits canadiens pourraient être bien reçus.

### LES VÊTEMENTS ET LES ACCESSOIRES

Les accessoires sont les éléments de tenue vestimentaire les plus achetés comme cadeaux. Les cravates, les ceintures, les portefeuilles et les sacs à main sont très appréciés. Les produits canadiens de cette catégorie sont surtout des produits de haute qualité qui devront faire concurrence aux produits américains et européens. Il y a des cas d'entente de commercialisation conjointe entre les sociétés canadiennes et mexicaines dans ce secteur.

### LES ARTS ET L'ARTISANAT

Les peintures originales, les reproductions artistiques, les sculptures et l'artisanat sont des cadeaux très populaires au Mexique. Les produits populaires sont de petits ornements et des figurines de bois, de céramique, de verre ou de métal. Les thèmes sont souvent religieux. Les acheteurs précisent que pour être concurrentiels sur ce marché, les produits canadiens devront avoir des qualités uniques. Certains observateurs ont mentionné que l'art et l'artisanat autochtones pourraient faire partie des produits qui seraient bien accueillis dans les créneaux supérieurs du marché.

### LES LIVRES ET LES ARTICLES D'ÉCRITURE

Les livres, la papeterie et les articles d'écriture sont aussi des cadeaux courants. Les livres d'enfants et les livres cadeaux sont ceux qui sont le plus offerts. Les produits d'écriture comme les stylos, les marqueurs, les blocs-notes, les gommes à effacer et d'autres accessoires de ce genre se vendent bien, en particulier ceux conçus spécialement pour les enfants.

Il y a également une forte demande pour les cartes de souhaits et pour tous les types d'emballages cadeaux. On entend par là les jolies boîtes cadeaux, les papiers d'emballage et les sacs de tous genres.

### LES ALIMENTS ET LES BOISSONS

Les aliments fins comme le poisson fumé, le sirop d'érable, les fromages et les produits d'épicerie fine sont parfois offerts en cadeau, en particulier à Noël. On apprécie beaucoup le « vrai » sirop d'érable pour les gaufres et les autres produits de ce genre. Il sert également à fabriquer des desserts mexicains traditionnels. Les Mexicains aiment également la confiserie, en particulier le chocolat et les fruits confits.

Les boissons de première qualité, en particulier le whisky, sont des cadeaux

d'affaires courants mais les spécialistes disent que les marques canadiennes sont pratiquement inconnues.

### LES BIJOUX

Les bijoux qui ont le plus de chances de percer sur le marché sont ceux de style contemporain, fabriqués à partir de matériaux de pointe, qui se distinguent des produits traditionnels en or et en argent des fabricants mexicains. La bijouterie fantaisie est de plus en plus en vogue parce qu'un nombre plus élevé de femmes travaillent. Par contre, une vague de criminalité, causée par la dévaluation du peso de décembre 1994, fait que les hommes et les femmes hésitent à porter des bijoux coûteux en public.

Le United States Department of Commerce estime que le marché des bijoux de fantaisie atteignait presque 50 millions de dollars US en 1996 et que sa croissance annuelle devrait se situer entre 10 et 15 pour 100 par an pendant les années à venir. La pénétration des importations est évaluée à 45 pour 100. Les exportations de bijoux ont augmenté de 41 pour 100 en 1996 d'après une évaluation du *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi)*, Secrétariat au commerce et au développement industriel.

Toujours d'après les autorités américaines, le marché est dominé par les produits à bas prix. Près de la moitié du marché est accaparée par des produits qui se vendent moins de 10 \$ US et 40 pour 100 par des produits dont le prix se situe entre 10 et 50 \$ US.

En vertu des dispositions de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), les bijoux artificiels ne sont pas soumis aux droits de douane. Les États-Unis détenaient 38 pour 100 du marché des importations en 1994. Ils étaient suivis par Taiwan, avec 18 pour 100, et par la Corée du Sud, avec 14 pour 100. Le Canada



venait en huitième place pour la bijouterie fantaisie, avec environ deux pour cent du marché des importations de 1994, le double de la part qu'il avait deux ans auparavant.

### LES ARTICLES DE CUISINE ET DE TABLE

Les Mexicains aiment les tables bien dressées. Les articles de table, allant de la coutellerie aux plats et aux produits textiles, sont des cadeaux appréciés. Les Mexicains aiment également les petits gadgets de cuisine, en particulier ceux qui sont nouveaux ou qui ont des caractéristiques pratiques. On estime le plus souvent que les appareils de cuisine électriques n'entrent pas dans la catégorie des cadeaux. Un grand nombre de Mexicains préfèrent les appareils à main, comme les presse-fruits en métal moulé, à leurs équivalents électriques.

### LES JOUETS

Des types de jouets très divers sont offerts en cadeau. Près de la moitié de la population mexicaine a moins de 20 ans. Cette population devrait atteindre 100 millions de personnes à la fin du siècle, ce qui constituera un marché énorme pour les jouets, même en tenant compte du revenu des clients. Le United States Department of Commerce a évalué la taille du marché mexicain des jouets à environ 450 millions de dollars US par an.

Les jouets comprennent aussi les poupées en bois, en vinyle, en tissu et en céramique et les poupées de collection qui peuvent être destinées aux adultes. Si beaucoup de jouets sont fabriqués au Mexique, les importations comptaient pour 62 pour 100 du marché en 1994. Les fabricants américains détiennent environ le tiers du marché des importations et le reste est dominé par les fournisseurs asiatiques.

On peut scinder ce marché en trois créneaux en fonction de l'âge. Il y a

environ dix millions de Mexicains de moins de quatre ans. Ces enfants aiment en particulier les poupées en tissu et les jouets qu'ils peuvent conduire. Ceux ayant de cinq à neuf ans sont dix millions. Ils ont tendance à préférer les jouets motorisés, les figurines et les trousseaux de construction. Il y a près de 20 millions de Mexicains entre 10 et 19 ans et ceux-ci apprécient les jeux électroniques et les jeux de table.

### LES COENTREPRISES

Dans certains secteurs, les fabricants canadiens ont réussi à pénétrer le marché mexicain en créant des coentreprises avec des sociétés mexicaines. De façon classique, les Canadiens apportent leur technologie et leur savoir-faire en fabrication pour moderniser les opérations mexicaines et bénéficient d'un accès élargi au marché local et à celui des exportations. Cette tendance est toujours à la hausse depuis la dévaluation du peso de décembre 1994 parce qu'un grand nombre d'entreprises mexicaines ne parviennent pas à respecter les normes de qualité des marchés d'exportation alors que ceux-ci prennent de l'expansion grâce à la faible valeur du peso. De plus, la part croissante des bijoux fantaisie exerce des pressions sur les producteurs mexicains parce que celle-ci nécessite davantage de capitaux que la fabrication traditionnelle à la main des produits en or et en argent. Sur certains marchés, des sociétés canadiennes et mexicaines ont convenu de distribuer chacune les produits de l'autre pour combler des manques dans leurs gammes de produits.

### LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

En règle générale, les articles cadeaux ne sont pas soumis à la réglementation du gouvernement mexicain, sauf en ce qui concerne les exigences d'étiquetage. Tous les produits

destinés à la revente doivent être étiquetés conformément à la réglementation entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 1997. Celle-ci est définie dans la *Norma Oficial Mexicana (NOM)*, norme officielle *NOM-050-SCFI-1994*. Les étiquettes doivent être rédigées en espagnol et donner le nom du produit, le pays d'origine, la quantité (à moins que celle-ci soit évidente à l'œil), les avertissements et les instructions d'entretien s'il y a lieu ainsi que le nom et l'adresse de l'importateur. Les aliments préemballés, les vêtements, les textiles et le cuir sont, eux, soumis à une réglementation particulière sur l'étiquetage.

Seuls les Mexicains ou les sociétés mexicaines peuvent importer des marchandises au Mexique. Ils doivent être enregistrés à titre d'importateur et s'être vu attribuer un numéro à cet effet. Le nom et l'adresse de l'importateur doivent apparaître sur l'étiquette du produit, même si ces renseignements peuvent être apposés après que le produit soit entré au Mexique. Les étiquettes adhésives sont tolérées, à condition qu'elles soient jointes aux marchandises quand elles arrivent au Mexique. Dans ce cas, le produit est soumis à une inspection spéciale d'une «unité de vérification» du gouvernement avant la vente.

Certains produits sont également soumis à des normes de qualité définies dans des *NOM* concernant des produits précis. Les articles cadeaux qui ont le plus de chances d'être soumis à ce type de règlement sont les appareils électriques comme les systèmes d'éclairage d'arbres de Noël. Ces règlements sont révisés constamment et les exportateurs canadiens auront intérêt à vérifier auprès de leur agent, de leur distributeur ou d'autres importateurs les exigences précises qui concernent leur marchandise avant que celle-ci ne quitte le Canada.

## LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

La plupart des sociétés canadiennes qui pénètrent le marché mexicain le font, au moins au début, en ayant recours aux services d'un agent ou d'un distributeur mexicain. D'autres créent des partenariats ou des coentreprises avec des fabricants mexicains. Dans certains cas, les fabricants canadiens et mexicains conviennent de distribuer chacun les produits de l'autre.

Les articles cadeaux englobent une vaste gamme de produits et, pour l'essentiel, les distributeurs qui en ont les classent dans des catégories plus larges. Il n'y a que très peu de spécialistes des articles cadeaux. Certaines entreprises ont conclu des accords de représentation exclusive avec des agents mexicains qui, eux, travaillent avec des distributeurs régionaux pour alimenter les commerces de détail. Depuis la dévaluation du peso, on a assisté à des pressions pour développer des réseaux nationaux de distribution permettant de simplifier la chaîne de commercialisation. Il peut cependant être encore difficile de trouver des distributeurs nationaux pour certains produits.

Une bonne façon d'établir des contacts avec des clients ou des partenaires mexicains éventuels est d'assister aux foires commerciales. *L'Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos para Regalo, Decoración y Artesanías (Amfar)*, Association mexicaine des fabricants de cadeaux, d'articles décoratifs et d'artisanat, tient une exposition annuelle à Mexico. Celle de 1996 a eu lieu en juillet. On retrouvait parmi les exposants une grande diversité de fabricants et d'importateurs mexicains. Il y a eu 400 exposants et environ 8 600 visiteurs.

## CONTACTS IMPORTANTS

### CANADA

#### Gouvernement canadien

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

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

#### InfoCentre

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

Télécopieur : (613) 996-9709

FaxLink\* : (613) 944-4500

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

Internet : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>

\*FaxLink est un système de réponse par télécopieur qui permet la transmission automatique d'un vaste éventail de sommaires sur les débouchés d'affaires au Mexique. Il suffit de composer le numéro FaxLink à partir du clavier d'un télécopieur et de suivre les instructions du message guide parlé.

La Section des affaires commerciales de l'Ambassade du Canada peut fournir une aide précieuse aux Canadiens qui envisagent d'exporter au Mexique. Les délégués commer-

ciaux connaissent bien le marché et feront tout en leur pouvoir pour aider les sociétés canadiennes à s'implanter au Mexique.

#### Section des affaires commerciales

Ambassade du Canada au Mexique  
Schiller No. 529  
Col. Polanco  
11560 México, D.F.

Mexique

Téléphone : (52-5) 724-7900

Télécopieur : (52-5) 724-7982

#### Consulat canadien

Edificio Kalos, Piso C-1  
Local 108A  
Zaragoza y Constitución  
64000 Monterrey, Nuevo León  
Mexique

Téléphone : (52-8) 344-3200

Télécopieur : (52-8) 344-3048

#### Consulat canadien

Hotel Fiesta Americana  
Local 30-A  
Aurelio Aceves No. 225  
Col. Vallarta Poniente  
44110 Guadalajara, Jalisco  
Mexique

Téléphone : (52-3) 616-6215

Télécopieur : (52-3) 615-8665

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

**Le réseau mondial d'information sur les exportations (Exportations WIN)** est un système informatisé conçu par le MAÉCI pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à faire correspondre les besoins qu'ils y constatent aux capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit à l'utilisateur des renseignements sur les capacités, l'expérience et l'intérêt de plus de 24 000 exportateurs canadiens. Pour de plus amples renseignements de nature générale, téléphonez au (613) 944-4WIN (4946); pour s'inscrire au réseau Exportations WIN, téléphonez au (613) 996-2057, ou télécopiez au 1 800 667-3802 ou au (613) 944-1078.

**Programme de développement des marchés d'exportation (PDME)**

Cet important programme du MAÉCI s'efforce d'augmenter les ventes à l'exportation en participant aux coûts des activités lancées par l'industrie et destinées aux marchés d'exportation. Le PDME peut fournir une aide financière allant jusqu'à 50 pour 100 des dépenses admissibles. Il est à noter qu'il s'agit d'une contribution remboursable et non d'une subvention, et qu'elle doit être préalablement approuvée par les autorités responsables. 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. Au Québec, le PDME est exécuté à partir des 13 bureaux d'affaires CENTREACCÈS PME du Bureau fédéral de développement régional (Québec), BFDR (Q).

**Industrie Canada**

**Direction du meuble, des articles ménagers et des produits de récréation**

Industrie Canada  
 1, rue Front ouest, 4<sup>e</sup> étage  
 Toronto (Ontario) M5J 1A5  
 Téléphone : (416) 973-5192  
 Télécopieur : (416) 973-5131

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

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

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

La SEE aide les exportateurs canadiens à faire concurrence sur les marchés internationaux en assurant une vaste gamme de services de financement et de gestion du risque, y compris des assurances sur le crédit à l'exportation, du financement destiné aux acheteurs de biens et de services canadiens à l'étranger et des garanties.

La SEE a établi de solides relations avec les principaux organismes des secteurs public et privé au Mexique et en Amérique latine. Pour des renseignements sur la gamme complète des services de la SEE, téléphonez au (613) 598-2500 ou télécopiez au (613) 598-6858.

**Revenu Canada**

Le Bureau des services d'administration des politiques commerciales de Revenu Canada offre des services en français, en anglais et en espagnol. On peut également se procurer les publications de Revenu Canada et les avis des douanes en téléphonant au Bureau de renseignements sur l'ALÉNA au 1 800 661-6121 ou (613) 941-0965 ou en télécopiant au (613) 952-0022.

**Associations d'affaires et associations professionnelles**

**Gift Packaging and Greeting Card Association of Canada**

501, rue Consumers  
 Willowdale (Ontario) M2J 1P6  
 Téléphone : (416) 492-1300  
 Télécopieur : (416) 494-0027

**Conseil canadien pour les Amériques**

Bureaux de la direction  
 360, rue Bay, bureau 300  
 Toronto (Ontario) M5H 2V6  
 Téléphone : (416) 367-4313  
 Télécopieur : (416) 367-5460

**Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada**

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

**Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada**

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

**Chambre de commerce du Canada**

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

**Forum pour la formation en commerce international**

155, rue Queen, bureau 608  
 Ottawa (Ontario) K1P 6L1  
 Téléphone : (613) 230-3553  
 Télécopieur : (613) 230-6808

**Centre d'information linguistique**

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

**Service d'invitations ouvertes à soumissionner**

C. P. 22011  
 Ottawa (Ontario) K1V 0W2  
 Téléphone : 1 800 361-4637 ou  
 (613) 737-3374

**Association canadienne de normalisation**

178, boul. Rexdale  
Etobicoke (Ontario) M9W 1R3  
Téléphone : (416) 747-4000  
Télécopieur : (416) 747-4149

**Conseil canadien des normes**

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

**Ambassade du Mexique au Canada**

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

**MEXIQUE**

**Gouvernement du Mexique**

**Secrétariat au commerce et au développement industriel**

*Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi)*  
*Sub-Secretaría de Promoción de la Industria y del Comercio Exterior*  
Insurgentes Sur No. 1940-P.H.  
Col. Florida  
01030 México, D.F.

Mexique  
Téléphone : (52-5) 229-6561/6562  
Télécopieur : (52-5) 229-6568

**Institut national de statistique, de géographie et d'informatique**

*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*  
*Dirección de Políticas y Normas en Informática*

Patriotismo No. 711 - A, Piso 10  
Col. San Juan Mixcoac  
03730 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 598-7617/7490  
Télécopieur : (52-5) 598-7738

**Associations d'affaires et professionnelles mexicaines**

**Association mexicaine des fabricants de cadeaux, d'articles décoratifs et d'artisanat**

*Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos para Regalo, Decoración y Artesanías (Amfar)*  
Av. Monterrey No. 149  
Col. Roma  
06700 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 564-4564/  
8961/8765  
Télécopieur : (52-5) 576-9709

**Association des joailliers mexicains**

*Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería (Amefjo)*  
Río Mame No. 19, P.H.  
Col. Cuauhtémoc  
06500 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 703-2627/  
2483/2687  
Télécopieur : (52-5) 703-2560

**Chambre nationale de l'industrie du vêtement**

*Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV)*  
Av. Tolsá No. 54  
Col. Centro  
06040 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 588-7822,  
761-5446  
Télécopieur : (52-5) 578-6210

**Association mexicaine de l'industrie du jouet**

*Asociación Mexicana de la Industria del Juguete, A.C. (Amiju)*  
Av. San Antonio No. 256, Piso 8  
Col. Ampliación Nápoles  
03849 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 611-3899,  
563-3400, poste 376  
Télécopieur : (52-5) 611-3899

**Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons**

*Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales (ANTAD)*  
Av. Homero 109 Piso 11  
Col. Chapultepec Polanco  
11560 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 254-1714/6620,  
545-8803  
Télécopieur : (52-5) 203-4495,  
250-2536

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

*Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra)*  
Av. San Antonio No. 256  
Col. Ampliación Nápoles  
03849 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 563-3400  
Télécopieur : (52-5) 563-5381

**Association nationale des importateurs et exportateurs de la République du Mexique**

*Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)*  
Av. Monterrey No. 130  
Col. Roma  
06700 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 564-8618/9218  
Télécopieur : (52-5) 584-5317

**Presse**

**Buenhogar**

Publication deux fois par mois,  
60 000 exemplaires  
*Editorial Televisa, S.A. de C.V.*  
Av. Vazco de Quiroga No. 2000  
Esq. Fernando Espinoza Gutiérrez  
Col. Santa Fe  
01210 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 261-2600

*Ideas para su Hogar*  
Mensuelle, 50 000 exemplaires  
*Editorial Televisa, S.A. de C.V.*  
Av. Vazco de Quiroga No. 2000  
Esq. Fernando Espinoza Gutiérrez  
Col. Santa Fe  
01210 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 261-2600

**Foires commerciales**

*JugueteExpo Internacional*  
Du 27 au 30 mai 1997  
Exhibimex, Mexico  
*Asociación Mexicana de la Industria del Juguete, A.C. (Amiju)*  
Av. San Antonio No. 256 Piso 8  
Col. Ampliación Nápoles  
03849 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 611-3899,  
563-3400, poste 376  
Télécopieur : (52-5) 611-3899

*Expo Joyería '97*  
World Trade Center, Mexico  
*Asociación Mexicana de Fabricantes de Joyería (Amefjo)*  
Río Marne No. 19, P.H.  
Col. Cuauhtémoc  
06500 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 703-2627/  
2483/2687  
Télécopieur : (52-5) 703-2560

*Sede del Regalo*  
Du 20 au 24 août 1997  
Exhibimex, Mexico  
*Grupo Salpro S.A. de C.V.*  
Av. Reynosa No. 15  
Col. Hipódromo Condesa  
06100 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 271-0503/0531  
Télécopieur : (52-5) 273-1681/1456

*Amfar Expo Regalo*  
Du 21 au 25 juillet 1997  
World Trade Center, Mexico  
*Asociación Mexicana de Fabricantes de Artículos para Regalo, Decoración y Artesanías (Amfar)*  
Av. Monterrey No. 149  
Col. Roma  
06700 México, D.F.  
Mexique  
Téléphone : (52-5) 564-4564/  
8961/8765  
Télécopieur : (52-5) 576-9709

*Villa Navidad*  
Du 13 au 24 décembre 1997  
Cintermex Monterrey, Nuevo León  
*Grupo Ideas Exposiciones*  
Av. Fundidora No. 501  
Monterrey, Nuevo León  
Mexique  
Téléphone : (52-8) 340-5395  
Télécopieur : (52-8) 340-5395

DOCS  
CA1 EA612 97G36 FRE  
Articles cadeaux et articles  
d'artisanat  
54074159