

.b3087360(F)

doc
CA1
EA616
97D25
FRE

Canada



LES DÉBOUCHÉS D'AFFAIRES AU MEXIQUE : RÉGION DE GUADALAJARA



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Department of Foreign Affairs
and International Trade

Le Secteur de l'Amérique latine et des Antilles

PROFIL SECTORIEL - MEXIQUE

Le document intitulé ***Les débouchés d'affaires au Mexique : La région de Guadalajara*** a été élaboré conjointement par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) et par Prospectus Inc.

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

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

© Ministère des Approvisionnements et Services, janvier 1997

N° de catalogue E73-9/71-1996F
ISBN 0-662-81658-7

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

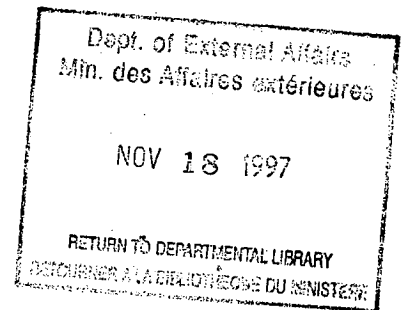
Publié par Prospectus Inc.
Imprimé au Canada.

Also available in English.

LES DÉBOUCHÉS AU MEXIQUE :

LA RÉGION DE GUADALAJARA

43-280-481



Export 
MEXIQUE

Mexique



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

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à près de 361 millions — un marché plus important que celui des 15 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays frôlait les 6,5 milliards de dollars en 1995 et devrait atteindre les 8 milliards d'ici la fin de la décennie.

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

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

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser aux Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants :

Téléphone : 1 800 267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink* : (613) 944-4500
Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :
1 800 628-1581 ou (613) 944-1581
Internet : <http://www.dfait-macci.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.

TABLE DES MATIÈRES

GUADALAJARA : LE CENTRE ÉCONOMIQUE DE L'OUEST DU MEXIQUE	5
Sur la voie de la reprise	5
Un endroit stratégique	5
La Silicon Valley du sud	6
Les secteurs prometteurs	6
L'ÉCONOMIE RÉGIONALE	7
Jalisco	8
Nayarit	8
Colima	9
Aguascalientes	9
Sinaloa	9
L'emploi	10
Les grands secteurs industriels	11
L'investissement étranger	11
L'INFRASTRUCTURE	12
Le transport	12
Les télécommunications	13
Les parcs industriels	14
L'énergie	16
Le logement	16
Les systèmes d'alimentation en eau et les systèmes d'eaux usées	16
Les soins de santé	17
L'enseignement	17
LES MARCHÉS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX	18
Les technologies agricoles	18
La sécheresse et la dévaluation	19
L'équipement agricole	20
Les technologies de transformation alimentaire	21
Les boissons alcoolisées	23
Le secteur de l'électronique	23
IBM	24
Motorola	25
Lucent Technologies	26
Eastman Kodak	26
Hewlett-Packard	26
Les tendances et les débouchés	26
Les technologies et l'équipement de transformation	28
La chaussure	28
Les textiles et les vêtements	30
Les meubles	30
Le travail du métal	31
Les produits pharmaceutiques	32
Le tourisme	32

LES MARCHÉS DE CONSOMMATION	34
LES MARCHÉS DU SECTEUR PUBLIC	36
Déménager dans la région de Guadalajara	36
OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE	38
Ministères et services du gouvernement canadien au Canada	38
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI)	38
Industrie Canada (IC)	40
Strategis	41
Revenu Canada	41
Agence canadienne de développement international (ACDI)	41
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APÉCA)	41
Bureau fédéral de développement régional (Québec)	42
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DÉO)	43
Société pour l'expansion des exportations (SEE)	43
Conseil national de recherches	44
Corporation commerciale canadienne (CCC)	45
Contacts importants au Canada	45
Associations d'affaires et associations professionnelles	45
Bureaux du gouvernement mexicain au Canada	46
Banques mexicaines ayant des bureaux au Canada	46
Services du gouvernement canadien au Mexique	47
Contacts additionnels au Mexique	47
Bureaux du gouvernement mexicain	47
Bureaux du gouvernement de l'État	49
Associations d'affaires et professionnelles	50

GUADALAJARA : LE CENTRE ÉCONOMIQUE DE L'OUEST DU MEXIQUE

Guadalajara est la seconde métropole en importance au Mexique, la capitale de l'État de Jalisco sur la côte du Pacifique et le centre de la région industrielle dynamique de l'ouest du pays. Puerto Vallarta, une des premières destinations touristiques, attire six millions de visiteurs par an dans la région. C'est aussi une importante région de production agricole qu'on appelle souvent le grenier à blé du Mexique. De plus, la zone métropolitaine de Guadalajara (ZMG), avec environ trois millions d'habitants, est un grand centre de commerce de détail. Il n'est donc pas surprenant que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) ait choisi d'y ouvrir sa troisième mission canadienne officielle au Mexique. Le consulat de Guadalajara ajoute de nouveaux services commerciaux à ceux déjà dispensés par l'ambassade du Canada à Mexico et par le consulat de Monterrey.

SUR LA VOIE DE LA REPRISE

Le nouveau consulat a ouvert ses portes dans un climat d'incertitude économique. La dévaluation du peso en décembre 1994 a déclenché une crise qui a entraîné une réduction marquée des importations mexicaines. Étant donné la part relativement faible du marché détenu par le Canada avant la crise, cet accident a fait apparaître autant de débouchés qu'il en a éliminés. Les lignes traditionnelles d'approvisionnement se sont désintégrées au fur et à mesure que les sociétés mexicaines traditionnelles s'efforçaient de se réorganiser et de tirer parti de l'augmentation des exportations imputable à la faible valeur du peso. En 1995, les importations mexicaines en provenance du Canada ont augmenté d'environ huit pour cent alors que les importations en provenance du reste du monde ont baissé de neuf pour cent. Les exportations de produits non pétroliers mexicains ont augmenté d'un tiers, mais les sociétés qui vivaient essentiellement sur le marché national ont beaucoup souffert. Dans le seul État de Jalisco, 53 000 emplois du secteur public structuré ont été perdus, soit 7,4 pour 100 du total.

Quand la reprise a commencé à se manifester au cours du premier trimestre de 1995, l'ouest du Mexique a pu tirer parti de l'augmentation des exportations. En mai 1996, le niveau d'emploi du secteur structuré de Jalisco était revenu à 98 pour 100 de ce qu'il était en novembre 1994. Il y a encore beaucoup à faire pour rattraper la croissance de la main-d'œuvre au cours des deux dernières années, mais 9 000 emplois ont été créés en mai uniquement. Tous les autres États de la région, à l'exception de Nayarit, ont connu une reprise encore plus marquée que celle de Jalisco. Pendant ce temps, le district fédéral, qui était d'habitude le moteur de la croissance économique, a vu son niveau d'emploi stagner à 91 pour 100 de ce qu'il était avant la crise, avec seulement 2 000 emplois créés en mai.

UN ENDROIT STRATÉGIQUE

L'ouest du Mexique est avantagé dans le domaine des exportations du fait de son emplacement stratégique. Des routes et des voies ferrées assurent la liaison avec le District fédéral et l'ouest des États-Unis. Le port de Manzanillo possède maintenant des terminaux privatisés qui offrent un excellent accès aux pays de la région du Pacifique. Les produits parviennent sur les marchés américains en cinq jours par camion ou par rail, ce qui constitue un avantage énorme par rapport aux concurrents asiatiques qui ont besoin de trois semaines ou plus pour expédier leurs produits par bateau. Les installations de télécommunications sont relativement modernes et la densité des lignes téléphoniques est le double de ce qu'elle est au niveau national.

HISTOIRE ET CULTURE

Le patrimoine de la région de Guadalajara est riche. Nombre des caractéristiques culturelles jugées maintenant typiquement mexicaines viennent de cette région. On pense en particulier aux orchestres de *mariachi*; à la *charrería* qui est à l'origine du rodéo, à la danse *jarabe tapatio* et à la *tequila*. Ces traditions sont le résultat d'un ensemble d'influences des tribus indigènes (les «Indiens» au Mexique) et des cultures espagnoles et européennes.

Guadalajara est la seconde ville en importance du pays. Elle diffère de Mexico en ce sens qu'il n'y avait pas d'implantation autochtone permanente à cet endroit avant la conquête espagnole. Plusieurs tribus vivaient dans la région (dont les Nahuas, Otomis, Huichols, Coras, Tepehuans et Coyutecs. La ville a été créée en 1542 à son emplacement actuel dans la Vallée d'Atemajac près du Río Grande de Santiago, après s'être déplacée plusieurs fois dans les alentours pour éviter les conflits avec les autochtones. Elle est située sur une haute plaine à environ 8 000 mètres au-dessus du niveau de la mer au bord des montagnes de la Sierra Madre. Elle a emprunté son nom à la ville espagnole de Guadalajara, une ville d'origine ibérique, dont le nom vient de l'arabe «Wadi al-Hijrah», la rivière des pierres.

Guadalajara a joué un rôle déterminant dans le mouvement pour l'indépendance du pays et a été occupée par Miguel Hidalgo y Costilla et son armée en 1810. C'est à partir du palais du gouvernement de Guadalajara qu'il a proclamé la fin de l'esclavage et cela a été tout un symbole parce que l'État de Jalisco était un centre de traite des esclaves. Le palais, dont la construction a commencé en 1743, est un des nombreux exemples d'architecture espagnole. La ville compte de nombreuses églises remontant à l'époque coloniale, y compris la cathédrale dont la construction a commencé en 1743. Le *Teatro Degollado*, sur la *Plaza de la Liberación*, est considéré comme l'un des meilleurs théâtres d'Amérique latine. C'est aussi le siège de l'orchestre symphonique de Jalisco. On trouve également dans la ville plusieurs galeries d'art et musées, dont l'*Instituto Cultural Cabañas*.

Après la Seconde Guerre mondiale, l'économie de la région de Guadalajara s'est diversifiée en s'industrialisant. Plusieurs villes moyennes, d'importance régionale, accueillent maintenant des entreprises modernes de haute technologie. La croissance moyenne de la population de Jalisco a été supérieure à trois pour cent par année au cours des trois décennies qui ont suivi la fin de la Seconde Guerre mondiale. Le taux de croissance a chuté à deux pour cent pendant les années 1980, soit légèrement en dessous du taux de croissance national de 2,3 pour 100. On estimait en 1995 la population de Jalisco à un peu moins de six millions de personnes, dont plus de 60 pour 100 habitaient dans la ville de Guadalajara.

Toute la région de Guadalajara est bien connue pour son niveau de vie élevé, sa main-d'œuvre qualifiée et sa vingtaine d'universités et de collèges, dont 16 sont situés à Jalisco. Ces éléments ont contribué à attirer des investissements importants de la part des sociétés multinationales de haute technologie dont un bon nombre se sont implantées dans les zones de fabrication en franchise de douane de la région, les *maquiladoras*. Au fur et à mesure que les avantages dont bénéficient les *maquiladoras* s'atténuent avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), ces activités commerciales s'intègrent à l'économie locale. Cela fait apparaître des débouchés pour les moyennes entreprises mexicaines qui constituent souvent de bonnes candidates pour des coentreprises de technologie. Elles ont conscience de la nécessité de se moderniser pour respecter les normes de qualité des clients internationaux et elles savent qu'elles ont besoin d'aide pour y parvenir.

La zone métropolitaine de Guadalajara (ZMG), avec presque quatre millions d'habitants, est un grand centre de commerce de détail pour toutes les régions environnantes. Il y a cinq centres commerciaux régionaux modernes. *Plaza del Sol* est probablement celui qui connaît le plus de succès à Guadalajara et la construction d'autres installations de ce type est prévue dans d'autres régions de la ville.

LA SILICON VALLEY DU SUD

Jalisco domine le secteur mexicain de la haute technologie et son secteur de l'électronique fabrique plus de 60 pour 100 des ordinateurs du pays. Les secteurs de l'agroalimentaire, de la chimie, du plastique et des produits pharmaceutiques y ont une place importante et profitent du bassin de main-d'œuvre compétent de la région. L'État voisin d'Aguascalientes a un secteur de la transformation petit mais dynamique, dans lequel les entreprises des secteurs de l'automobile, de l'électronique et du textile sont bien représentés.

Lucent Technologies (héritière des anciennes divisions de technologie d'AT&T), Motorola, IBM et Hewlett Packard ont toutes des usines dans l'État de Jalisco. L'usine Eastman Kodak, qui a commencé par fabriquer des pellicules en noir et blanc en 1967, est un bon exemple du développement de la région. Elle emploie aujourd'hui plus de 2 400 personnes et fabrique toute une gamme de produits sophistiqués, y compris des CD pour photos.

LES SECTEURS PROMETTEURS

Le nouveau service commercial canadien de Guadalajara aidera les sociétés canadiennes qui se rendent visiter la région à recueillir de l'information sur le marché et à trouver des partenaires et des clients éventuels. Il y a plusieurs secteurs d'activité à priorité élevée, essentiellement ceux qui ont tiré profit de l'augmentation des exportations. Les secteurs les plus forts de l'État de Jalisco sont ceux de l'électronique, de l'agroalimentaire, de la chimie, du plastique, des produits pharmaceutiques, de la chaussure et du tourisme. L'État voisin d'Aguascalientes a un secteur dynamique de la transformation dans lequel on trouve essentiellement des entreprises des secteurs de l'automobile, de l'électronique et du textile. La région environnante se consacre surtout à l'agriculture et profitera du nouveau *Alianza para el Campo*, programme d'alliance rurale, du gouvernement destiné à mécaniser rapidement ce secteur. Tous ces domaines de l'économie se réorganisent afin de faire face à la nouvelle concurrence suscitée par la libéralisation des marchés et de tirer parti de la faible valeur du peso. Il y a dans toute cette région des clients éventuels pour un grand nombre d'équipements, de services et de pièces industriels et commerciaux.

L'ÉCONOMIE RÉGIONALE

GUADALAJARA ET LES ÉTATS DE L'OUEST

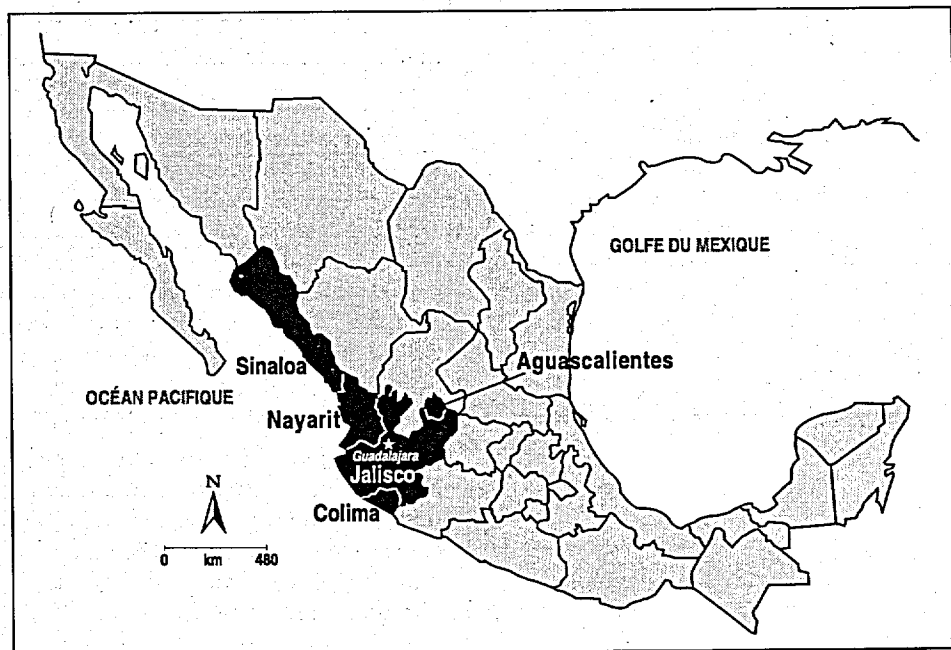
UNE VISION RÉGIONALE

Guadalajara est le centre de la région ouest du Mexique qui est caractérisée par l'interdépendance de ses matières premières, de ses marchés et de son infrastructure de transport. C'est ainsi que l'État de Jalisco a besoin du port de Manzanillo, qui est dans l'État de Colima. Quant à lui, l'État de Colima a besoin des marchés de Jalisco pour ses produits. Si les relations entre ces États sont souvent concurrentielles, ils reconnaissent toutefois les avantages d'une coopération régionale.

Les dirigeants de la ville de Guadalajara et les gens d'affaires de la région trouvent logique de retenir une approche régionale pour le développement économique. Héctor M. Moran Gutiérrez, le directeur du développement économique de la ville, dit que «Guadalajara est le point central de l'investissement régional, en particulier dans des secteurs comme la distribution, la transformation alimentaire, l'électronique et les pièces automobiles». Hans E. Neufeld, vice-président de la Chambre de commerce de Guadalajara est d'accord. «L'influence économique de Guadalajara va vers l'est jusqu'au León, vers l'ouest jusqu'à l'État de Colima, vers le sud jusqu'à celui de Michoacán et vers le nord jusqu'à l'État de Sinaloa.»

M. Neufeld insiste cependant sur le fait que les relations avec d'autres États sont également concurrentielles. «L'État d'Aguascalientes est notre concurrent le plus proche pour attirer les investisseurs étrangers, signale-t-il. Cela crée une atmosphère de rivalité amicale, tempérée par un sentiment d'intérêt mutuel.»

Sergio A. García de Alba Zepeda, secrétaire au développement économique de l'État de Jalisco, précise que son bureau collabore avec ceux de ses voisins, en particulier des États de Colima et de Michoacán. «Nous coopérons pour les programmes d'éducation et de formation industrielles, dit-il, et les États se réunissent souvent pour organiser ensemble des visites dans des pays étrangers.» Malgré cette attitude, les programmes des États sont limités par leurs frontières politiques ainsi que par des systèmes fiscaux et budgétaires distincts. L'émergence du *Partido Acción Nacional (PAN)*, Parti d'action nationale, dans les États de Jalisco et Guadalajara a également contribué à accroître la rivalité politique.



Il n'y a pas de définition des régions du Mexique à faire l'unanimité, en partie parce qu'il est difficile d'obtenir des données cohérentes sur l'économie des États et en partie parce que les concepts de région divergent. Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAÉCI) a confié la responsabilité de cinq États à son consulat de Guadalajara. Il s'agit des États de Jalisco, Aguascalientes, Colima, Nayarit et Sinaloa. Le *Grupo Financiero Bancomer*, un important éditeur d'analyses régionales, définit la *Región Occidente*, région de l'ouest, comme englobant six États, dont les États de Zacatecas et Guanajuato, mais pas celui de Sinaloa. Le gouvernement de l'État de Jalisco englobe, lui, l'État de Sonora dans sa région d'influence économique à cause de son rôle dans le secteur des transports terrestres vers les États-Unis.

L'essentiel de la discussion dans ce profil de marché porte sur les secteurs d'activité implantés dans la région, et même souvent regroupés dans des localités, par exemple présents dans l'État de Jalisco. On y donne les chiffres sur les cinq États relevant du consulat de Guadalajara ainsi que pour tous les États quand les comparaisons entre les divers États sont significatives.

LA RÉGION DE L'OUEST DU MEXIQUE CHIFFRES DE 1995

État	Superficie en km ²	Population
Aguascalientes	5 589	862 335
Colima	5 455	487 324
Jalisco	80 137	5 990 054
Nayarit	27 621	895 975
Sinaloa	58 000	2 424 745
Total	176 802	10 660 433

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

JALISCO

L'État de Jalisco a la troisième économie en importance parmi les 31 États du Mexique et le district fédéral. La population de cet État est de 5,9 millions de personnes sur une superficie de 80 000 kilomètres carrés. Sa capitale, Guadalajara, est la seconde région métropolitaine en importance après celle de Mexico. La production agricole et de bétail est plus importante dans l'État de Jalisco que dans n'importe quel autre État.

Cet emplacement stratégique sur la côte du Pacifique, abritant de plus un certain nombre de *maquiladoras*, en a fait un endroit privilégié pour les entreprises exportatrices. Aussi, l'État de Jalisco est un grand centre de fabrication de produits électroniques avec environ 60 pour 100 de la fabrication des ordinateurs mexicains. Les aliments transformés, les boissons, les textiles et les pièces automobiles sont les autres productions importantes de l'État.

La région métropolitaine de Guadalajara est considérée par beaucoup comme la ville la plus agréable à vivre du Mexique. Le climat y est presque idéal, on y trouve de bonnes écoles et un climat culturel intéressant, et il ne faut que trois heures pour se rendre par la route à Mexico.

NAYARIT

L'État de Nayarit est un petit État situé sur la côte du Pacifique au nord-ouest de Guadalajara. C'est le principal producteur de tabac du Mexique avec environ les trois quarts de la production nationale. C'est également un important producteur de sucre, de fruits et de bois d'œuvre. La région nord de l'État dispose d'un secteur agroalimentaire bien développé qui est relié à celui de l'État de Sinaloa. On y trouve également des mines d'or, d'argent et de plomb ainsi que les installations de transformation de ces minerais.

LES STATISTIQUES RÉGIONALES

Il est difficile d'obtenir des statistiques fiables décrivant la structure industrielle régionale du Mexique. La plupart des données sur la production industrielle du pays sont disponibles sous forme d'index reposant sur le recensement industriel de 1988. De la même façon, les profils démographiques sont extrapolés à partir du recensement de la population de 1990.

Les indicateurs les plus fiables de l'activité industrielle sont les statistiques sur l'emploi publiées par l'*Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)*, Institut mexicain de la sécurité sociale. Cet organisme gouvernemental s'occupe des programmes de bien-être social pour les employés du secteur privé. La couverture des employés du secteur privé est assurée de façon distincte par l'*Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE)*, Institut de la sécurité sociale et des services aux employés du secteur public.

L'IMSS encaisse les cotisations obligatoires pour une vaste gamme de prestations aux employés, allant des prestations de pension et de santé à la rémunération dans les cas d'accidents du travail. Cet organisme dispose donc d'une assez bonne base de données qui permet d'obtenir les niveaux d'emploi et les salaires par industrie et par emplacement. La grande faiblesse de cette base de données est qu'elle ne concerne que le secteur structuré de l'économie. On y retrouve donc uniquement les données sur les sociétés qui sont inscrites auprès du gouvernement et se conforment aux exigences de rapports obligatoires.

Les statistiques officielles ne comprennent pas le secteur non structuré, qui est le plus important au pays, et qui est composé des personnes travaillant à leur propre compte et des petites sociétés familiales. Dans certains secteurs d'activité, comme la construction, l'emploi non structuré représente environ la moitié de la main-d'œuvre. Une étude a évalué que le secteur non structuré de l'État de Jalisco emploie 26 pour 100 de la population active en termes économiques. Un autre problème avec ces données est que les personnes qui travaillent quinze heures ou plus par semaine sont classées comme «ayant un emploi».

À l'échelle nationale, le secteur non structuré est en proportion plus importante. En mai 1996, il n'y avait que 8,7 millions de travailleurs du secteur privé inscrits dans un pays de près de 100 millions de personnes. D'après des statistiques de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), en 1992, la main-d'œuvre civile employée du Mexique représentait 26 pour 100 de la population contre 43 pour 100 au Canada.

Le plan de développement économique de cet État favorise le développement de l'aquaculture, de l'exploitation forestière, de la pêche et du secteur de la transformation. Un programme d'électrification est également en cours. La superficie de l'État de Nayarit est de 27 000 kilomètres carrés et sa population atteint presque 900 000 personnes. Sa capitale est Tepic.

COLIMA

L'État de Colima est un État très petit avec environ 5 000 kilomètres carrés et une population de presque 490 000 personnes sur la côte Pacifique, à 125 kilomètres au sud-ouest de Guadalajara. Il est relié à cette ville par une autoroute moderne et au reste du pays par le réseau ferroviaire. C'est un État montagneux connu pour ses belles plages, mais aussi un important producteur de limes, de cacahuètes, de café et d'huile de palme. Des entreprises de transformation de ces produits y sont aussi implantées. Le port de Manzanillo assure le principal accès de la région aux pays du pourtour du Pacifique. Ce fut l'un des premiers ports à être privatisé et les concessions pour un terminal conteneurs et un terminal à usages multiples ont été accordées en mars 1995. Sa capitale s'appelle également Colima.

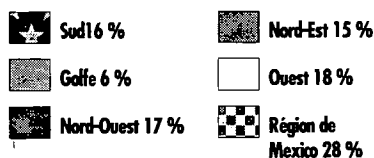
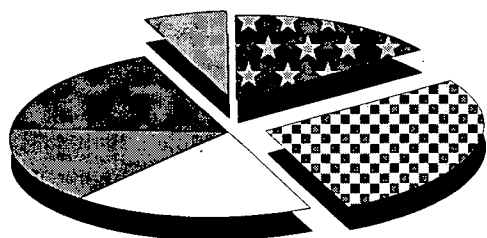
AGUASCALIENTES

L'État d'Aguascalientes est un des plus petits États du Mexique, avec moins de 6 000 kilomètres carrés de terre pour une population dépassant les 862 000 personnes. Il se trouve au centre géographique du Mexique, bordé par l'État de Jalisco au sud-ouest. On y trouve une excellente infrastructure routière et ferroviaire et une économie diversifiée. Environ le tiers de la superficie est consacré à des utilisations agricoles, surtout la culture de la vigne. Les industries traditionnelles de cet État sont celles du textile et de l'agroalimentaire mais les secteurs de l'électronique et de l'automobile prennent rapidement de l'importance. La capitale de l'État s'appelle Aguascalientes.

SINALOA

L'État de Sinaloa se trouve sur la côte Pacifique, au nord de l'État de Nayarit avec une population d'environ 2,4 millions de personnes. Il dispose d'excellentes liaisons routières et ferroviaires avec les États-Unis ainsi que d'aéroports internationaux et de ports. La principale industrie est l'agriculture mais cet État est également le premier producteur de produits de la pêche du Mexique et la transformation du poisson y joue un grand rôle. On retrouve également dans cet État des ressources forestières précieuses et un certain nombre d'usines de papier. Sa capitale est Culiacán.

EMPLOI ENREGISTRÉ PAR RÉGION



Source : Grupo Financiero Bancomer, Informe Económico, juillet 1996, p. 69.

L'EMPLOI

Le principal centre industriel du Mexique est la vallée de Mexico dans laquelle se trouve le *Distrito Federal*, district fédéral, et l'État de Mexico. En mai 1996, il y avait environ 2,5 millions d'employés du secteur privé enregistrés dans la région, soit environ huit pour cent du total du pays. L'ouest du pays vient en second par ordre d'importance avec 1,5 million de travailleurs, soit 18 pour 100 du total. Ces chiffres ne s'appliquent qu'au secteur «structuré», c'est-à-dire aux employés couverts par l'*Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)*, Institut mexicain de la sécurité sociale.

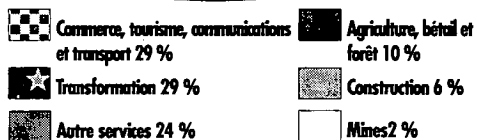
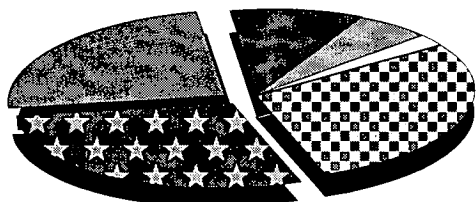
Toujours au chapitre de l'emploi structuré, l'ouest du pays a pratiquement redressé la situation qui a suivi la crise économique. En mai 1996, l'emploi officiel de la région atteignait le niveau de 1 531 464, soit 97,7 pour 100 du niveau d'avant la crise. Dans l'État de Jalisco même, environ 9 000 nouveaux emplois étaient créés en mai. Ce chiffre se compare à la moyenne nationale mais est bien meilleur que pour la région de Mexico, qui était de façon traditionnelle le moteur de la croissance industrielle du pays. Dans le district fédéral, l'emploi n'atteignait en mai 1996 que 91 pour 100 du niveau d'avant la crise.

Certains effets continuent cependant à se faire sentir. Si l'emploi revient d'ici peu aux niveaux d'avant la crise, un nombre important de jeunes travailleurs est arrivé sur le marché du travail dans l'intervalle. C'est ainsi qu'on a estimé qu'à Guadalajara seulement, il faudrait au-delà de 40 000 nouveaux emplois par année. Il est important ici de signaler que les statistiques officielles d'emploi estiment qu'une personne qui travaille quinze heures ou plus par semaine a un emploi et que la situation de sous-emploi s'est aggravée.

La population active est jeune et productive. La moitié de la population a moins de 20 ans, mais 30 pour 100 a entre 20 et 30 ans. Les grands employeurs de la région signalent des taux de rotation de la main-d'œuvre descendant jusqu'à un pour cent par année. Dans la région de Guadalajara, un grand nombre de multinationales atteignent les normes mondiales de production aux chapitres de la qualité et de la productivité.

D'après les statistiques de 1990 de l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, environ la moitié de la population active de Jalisco était employée dans le secteur tertiaire, un tiers dans le secteur secondaire et le reste dans le secteur primaire. L'État d'Aguascalientes est également très développé mais les autres États de la région dépendent davantage de leurs secteurs primaires.

PRODUITS DE L'ÉTAT DE JALISCO, 1994



En 1994, le produit brut de l'État était de 24 milliards de dollars US.

Source : Secretaría de Promoción y de Desarrollo Económico del Gobierno de Jalisco (Seproe), Secrétariat au développement économique de l'État de Jalisco.

LES GRANDS SECTEURS INDUSTRIELS

L'État de Jalisco est le seul de la région ouest à produire des statistiques complètes. Comme on y retrouve environ la moitié de l'emploi de toute la région, on estime que ces données sont généralement représentatives. Toutefois, dans l'ensemble, la région est davantage tournée vers l'agriculture et les mines que les statistiques ne l'indiquent. D'après ses propres données, l'État de Jalisco se classe au premier rang des États mexicains en agroalimentaire, en informatique et en bijouterie. Il est le second en éducation, en tourisme, dans les domaines de la chaussure, des meubles, des textiles et des vêtements et de la distribution au détail. Il se classe enfin troisième dans les services financiers.

En 1994, le produit brut de l'État était évalué à 24 milliards de dollars US. Les secteurs dominants sont ceux de la transformation et du commerce, du tourisme, des communications et du transport avec chacun une part de marché de 29 pour 100.

L'INVESTISSEMENT ÉTRANGER

On ne dispose pas de statistiques officielles sur le montant de l'investissement étranger dans la région. L'État de Jalisco suit le nombre de projets par pays investisseur mais cela comprend la participation étrangère aux entreprises nationales. En 1994, environ 60 pour 100 des projets d'investissement étranger émanaient des États-Unis. Le Canada venait en seconde place à égalité avec Panama, chacun avec cinq pour cent. Les projets canadiens tendent cependant à être plus petits que ceux de la plupart des autres pays et les observateurs estiment que la part du Canada de cet investissement est nettement inférieure à cinq pour cent. Les autres investisseurs importants sont l'Allemagne, la Grande-Bretagne et l'Espagne.

En 1994, il y avait 301 sociétés ayant une participation étrangère. Environ 57 pour 100 se trouvaient à Guadalajara, y compris dans les régions de Zapopan, El Salto, Tlaquepaque et Tlajomulco. Les autres destinations importantes des investissements étrangers sont Puerto Vallarta et La Huerta.

INVESTISSEMENT ÉTRANGER DIRECT PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ DANS L'ÉTAT DE JALISCO, 1994

POURCENTAGE

Distribution de gros	23,0
Produits du métal et machinerie	19,0
Gestion immobilière	11,0
Services professionnels et techniques	10,0
Autres transformations	10,0
Produits chimiques et dérivés du pétrole	9,0
Aliments, boissons et tabac	6,0
Autres services	12,0
Total	100,0 %

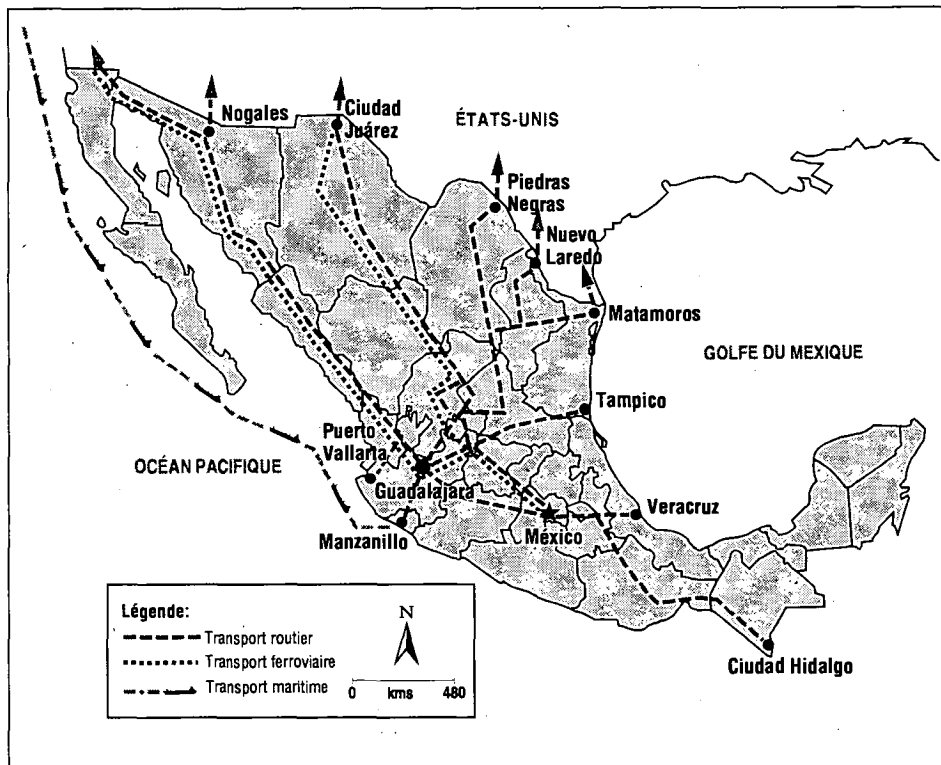
Source : Secretaría de Promoción y de Desarrollo Económico del Gobierno de Jalisco (Seproe), Secrétariat au développement économique de l'État de Jalisco.

LE TRANSPORT

La grande région de Guadalajara est desservie par une vaste infrastructure de transport. On retrouve des aéroports internationaux situés à Guadalajara, Manzanillo et Puerto Vallarta. Mazatlán et Aguascalientes ont également des aéroports internationaux. Le niveau de trafic à l'Aéroport international de Guadalajara est le second en importance avec juste un peu moins de six millions de passagers en 1994. Les liaisons avec le Canada transitent par Mexico, Miami, New York, Los Angeles, Houston et Dallas. On peut, à partir de Guadalajara, rejoindre 30 destinations mexicaines par la voie aérienne.

Guadalajara est aussi un important centre du système mexicain de grandes routes fédérales et la ville est également desservie par un certain nombre de routes à péage exploitées par le secteur privé. Le poste frontière Américain de Laredo, au Texas, est à environ 1 600 kilomètres de Guadalajara et Mexico est à environ 500 kilomètres.

VOIES DE TRANSPORT



Guadalajara est un grand centre du système ferroviaire national du Mexique, avec des liaisons quotidiennes pour passagers et pour marchandises vers Mexico, Nogales et Juárez ainsi que vers plusieurs autres centres. Le système ferroviaire national du Mexique s'intéresse maintenant essentiellement au transport des marchandises. Malgré cela, 167 000 passagers ont emprunté la gare de chemin de fer de Guadalajara en 1994.

Un port à vocation industrielle est situé à Manzanillo et un autre à vocation touristique à Puerto Vallarta. Les ports mexicains n'ont cependant pas été très efficaces jusqu'à maintenant et les ports de Houston au Texas et de Los Angeles transbordent en réalité davantage d'expéditions internationales mexicaines que tous les ports mexicains combinés. Cela change progressivement à la suite d'un important programme de privatisation des ports. Manzanillo a été l'un des premiers à être privatisé et on y a accordé des concessions pour des terminaux conteneurs et des terminaux à vocations multiples.

LES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Les télécommunications de la région, en regard des normes mexicaines, sont modernes. À l'échelle nationale, l'objectif du gouvernement est d'accroître le nombre de lignes téléphoniques par 100 habitants de huit qu'il est à peu près actuellement à dix. La densité des lignes dans l'État de Jalisco était de 17,8 en 1994. Ce chiffre avoisine les 40 dans la plupart des pays industrialisés. La région bénéficie également d'un bon réseau de téléphonie cellulaire. Guadalajara fait partie des plans nationaux de tous ces nouveaux transporteurs qui participent à la privatisation du système téléphonique. On a vu récemment *Alestra*, une coentreprise à laquelle participe AT&T, ouvrir des bureaux dans la ville.

La popularité du courrier électronique sur Internet augmente constamment pour les communications d'affaires. Il y a à Guadalajara trois grands fournisseurs de services Internet qui sont CompuServe, Infosel et *Cencar*. Ce dernier est exploité par la *Universidad Autónoma de Guadalajara*, Université autonome de Guadalajara. Il y a également trois ou quatre fournisseurs de services plus petits.

Toutes les sociétés de messagerie assurent un service de livraison le lendemain entre la région de Guadalajara et le Canada.

LES PARCS INDUSTRIELS

Afin d'inciter les entreprises industrielles à s'implanter dans les régions appropriées, le gouvernement du Mexique a mis en œuvre un système d'incitatifs en 1981. Les entreprises qui déménageaient dans des parcs, des zones et des corridors industriels enregistrés bénéficiaient de dégrèvements fiscaux et de subventions. La nature de ces subventions et les conditions d'admissibilité ont évolué au cours des années.

Le système d'enregistrement est géré par le *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi)*, Secrétariat au commerce et au développement industriel. Il y a plusieurs types de zones bien définis : un parc industriel a une superficie d'au moins 10 hectares alors qu'un corridor industriel est une zone qui comprend plusieurs municipalités. Les lois sur les ports industriels et les villes prévoient aussi des mesures incitatives.

Les règles ont été modifiées pour la dernière fois en mai 1993 afin de réduire les incitatifs. C'est ce qui explique qu'il n'y avait plus que 19 pour 100 des 309 parcs industriels du Mexique à être enregistrés en avril 1996. On trouve 35 parcs industriels et six corridors industriels dans les cinq États de l'ouest du Mexique.

Qu'ils soient enregistrés ou non, les parcs industriels offrent des installations intégrées, y compris des services de transport, de communication, d'électricité, d'alimentation en carburants et en eau et des services de sécurité. Le plus important de ces parcs est le Parc industriel Guadalajara qui héberge un nombre important de grandes sociétés nationales et multinationales parmi lesquelles on peut citer Xerox, BASF, Bayer, Dupont et Nestlé.

PARCS ET CORRIDORS INDUSTRIELS DANS L'OUEST DU MEXIQUE

État	Parcs	Corridors
Aguascalientes	7	1
Colima	3	0
Jalisco	12	4
Nayarit	4	0
Sinaloa	9	1
Total	35	6

Source : Grupo Financiero Bancomer, Informe Económico, avril 1996.

La réalisation de plusieurs nouveaux parcs industriels en est à la phase de planification. On peut citer :

- cinquante hectares à Tlajomulco, une banlieue sud de Guadalajara, où le prix moyen est de 35 \$ US par mètre carré;
- cinquante hectares à Zapopan, une banlieue ouest de Guadalajara, où le prix moyen est de 50 \$ US par mètre carré; et
- trois cents hectares à Ciudad Guzmán, à environ une heure du centre de Guadalajara. On ne connaît pas le prix moyen du mètre carré à cet endroit mais on sait qu'il sera inférieur à ce qu'il est dans les deux autres parcs.

Le projet Ciudad Guzmán fait partie des tentatives du gouvernement de décentraliser les activités industrielles étant donné que les bons terrains deviennent rares dans la région de Guadalajara. Dans l'État d'Aguascalientes, où la spéculation foncière cause moins de problèmes, les prix par mètre carré descendent jusqu'à 15 \$ US dans certains parcs industriels.

UN PLAN POUR L'AVENIR

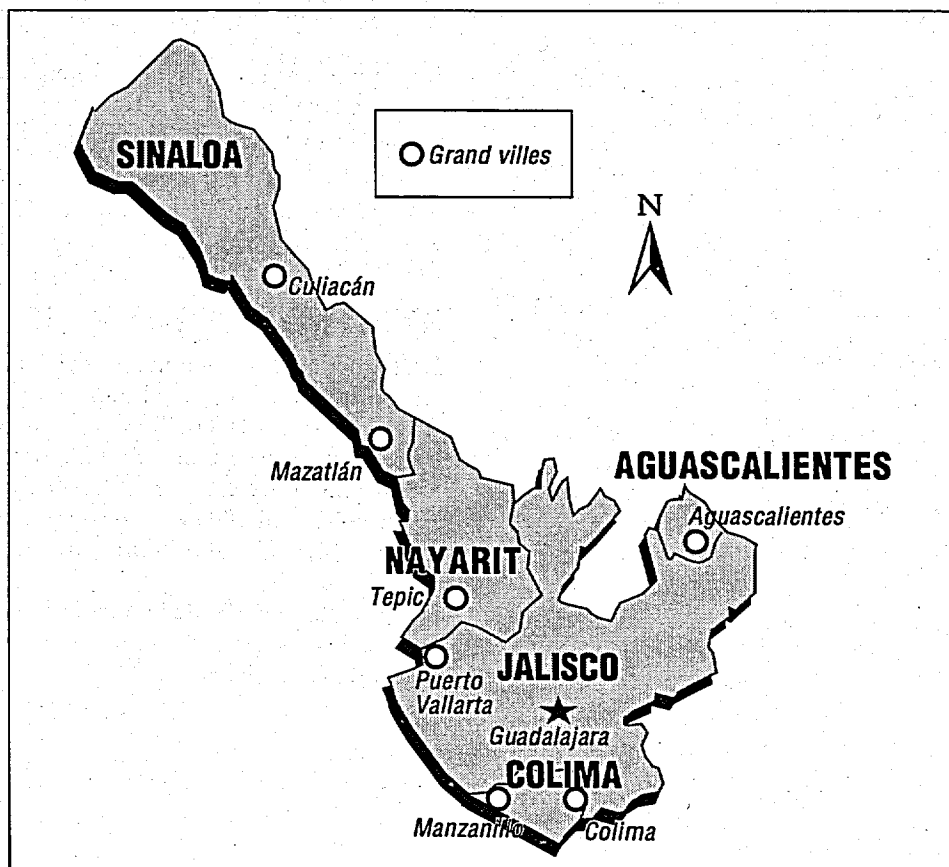
La ville de Guadalajara va bientôt mettre la dernière main à un plan d'urbanisation étalé sur trente ans, le premier plan complet de son histoire. Celui-ci comprendra une nouvelle réglementation simplifiée mais rigoureuse sur le zonage et des prévisions de croissance réalistes. Ce plan intègre également des dispositions contre la corruption et est soumis au contrôle d'un comité appelé *Comisión de Planeación Urbana (Coplaur)*.

Le vice-président de la Chambre de commerce de Guadalajara, Hans E. Neufeld, explique que l'objectif est de mettre en place un modèle de croissance ordonné. «Nous voulons que notre ville grandisse, dit-il, mais nous voulons éviter les conséquences négatives qu'a connues une ville comme Mexico en devenant une mégalopole.»

Le secrétaire au développement économique de l'État de Jalisco, Sergio A. García de Alba Zepeda, précise que l'État met en place des mesures complémentaires. «Nous commençons à planifier un État décentralisé, protégeant ainsi Guadalajara et déplaçant la richesse vers les districts provinciaux. On peut en donner comme exemple le nouveau parc industriel de Ciudad Guzmán.»

suite à la page 16

GRAND VILLES



UN PLAN POUR L'AVENIR

suite de la page 15

Ce sont là des projets ambitieux et, dans l'intervalle, Guadalajara continue à grossir. La décentralisation est un objectif difficile alors que c'est le gouvernement fédéral, et non pas les États ni les villes, qui contrôle l'essentiel de l'assiette fiscale. C'est ainsi que le projet Ciudad Guzmán éprouvera de la difficulté à attirer des sociétés s'il n'a pas les moyens de mettre en place une bonne infrastructure scolaire et résidentielle. «Nous payons encore notre tribut aux Tenochtitlán», dit M. Neufeld, en faisant référence au système fiscal aztèque qui dépouillait les provinces de leurs richesses.

Un élément déterminant de l'avenir de la région est la mesure dans laquelle les fournisseurs locaux pourront améliorer leurs capacités pour réussir à devenir des fournisseurs des grandes multinationales exportatrices de Jalisco et d'Aguascalientes. M. García estime que l'État de Jalisco pourrait éventuellement remplacer 2,1 milliards de dollars US d'intrants importés inclus dans les principales exportations de l'État. Il signale que le gouvernement de l'État a récemment tenu une foire commerciale afin de permettre aux fournisseurs locaux d'entrer en relation avec les gros exportateurs. «À la suite de cette foire, dit-il, les sociétés de l'État de Jalisco ont réussi à devenir les fournisseurs d'environ 250 millions de dollars US de marchandises qui étaient autrefois importées.»

M. Neufeld est du même avis. «La croissance des fournisseurs de second niveau est essentielle pour l'avenir de la région. Toutefois, pour fournir les exportateurs géants, il faut souvent être capable de produire des volumes élevés et nos fournisseurs n'ont ni les capitaux, ni les compétences en gestion, ni le personnel pour faire face à de telles croissances. Voilà une excellente possibilité d'investissement étranger intermédiaire et de transfert technologique par des sociétés canadiennes.»

L'ouest du pays a été plus lent que la région de Mexico à adopter les méthodes d'affaires modernes. Cela s'explique en partie par le style de gestion patriarcal répandu dans la région qui, aux yeux de certains Canadiens, semble manquer parfois de professionnalisme. Les concepts de temps et de ponctualité obéissent encore dans la région de Guadalajara aux modèles traditionnels, alors qu'on a assisté à une évolution dans ces domaines dans d'autres parties du Mexique. Comme l'indique M. Neufeld : «Si je demande à un *Tapatio* un rendez-vous pour 10 h 45, il pourrait fort bien être insulté. D'habitude, on fixera le rendez-vous entre 10 h et 11 h.»

L'ÉNERGIE

L'électricité, le gaz naturel, le gaz de pétrole liquéfié (GPL) et les carburants pour véhicules sont facilement disponibles dans toute la région. On n'y trouve pas de raffinerie et la région est donc un consommateur net d'énergie. Elle est toutefois alimentée par la raffinerie *Pemex Salamanca* au moyen d'oléoducs et d'autres systèmes de distribution. Il y a, dans l'État de Jalisco, cinq usines hydroélectriques et quatre usines thermoélectriques d'une capacité installée de 217 mégawatts. En 1992, la production brute atteignait 426 gigawatts par heure. Une grande partie de l'énergie de la région vient du complexe thermoélectrique de Manzanillo dans l'État de Colima qui dispose d'une capacité installée de 1 900 mégawatts et d'une capacité de production de 11 689 gigawatts par heure. Plus de 90 pour 100 de sa production va vers d'autres États.

LE LOGEMENT

Les grandes régions urbaines ont rapidement pris de l'expansion et on a assisté à une prolifération de lotissements résidentiels de bonne qualité en banlieue. Un appartement de luxe aux alentours de Guadalajara coûte environ 500 \$ US par mois. On peut trouver des logements confortables pour moins.

Il y a un important village de retraités à Lac Chapala, à environ une heure de route de Guadalajara. C'est l'une des plus importantes collectivités de retraités canadiens et américains en dehors du Canada et des États-Unis.

LES SYSTÈMES D'ALIMENTATION EN EAU ET LES SYSTÈMES D'EAUX USÉES

L'État de Jalisco a un bon approvisionnement en eau qui vient du bassin Lerma-Chapala-Santiago et des chutes de pluie annuelles moyennes de 800 millimètres. Environ 70 pour 100 de l'eau vient de la surface et le reste du sous-sol. On évalue les ressources en eau de l'État à environ quatre fois la demande, mais cela n'empêche que c'est une ressource fortement taxée dans certains endroits. Environ 80 pour 100 de la consommation va au secteur agricole, 16 pour 100 aux ménages, 4,5 pour 100 à l'industrie et 1,5 pour 100 aux services publics.

Environ 70 pour 100 de la population dispose de l'eau courante et 60 pour 100 a accès à des systèmes d'égout. Les proportions sont beaucoup plus élevées dans le noyau de Guadalajara.

LES SOINS DE SANTÉ

Les soins de santé sont gratuits et les employés du secteur privé sont couverts par le système obligatoire de soins de santé du Mexique géré par l'*Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)*, Institut mexicain de la sécurité sociale. Il est financé à partir des cotisations des employeurs et des employés qui sont toutes deux prélevées à la source. On estime en général que la qualité des soins dispensés dans les hôpitaux de l'*IMSS* est bonne mais les délais d'attente sont longs et un grand nombre de sociétés étrangères offrent une couverture médicale privée à leurs cadres. Il y a plusieurs bonnes installations médicales privées dans la région de Guadalajara.

L'ENSEIGNEMENT

Dans l'État de Jalisco, on retrouve 16 universités, plus de 1 000 écoles secondaires, 313 écoles professionnelles et 130 écoles techniques. Il y a également des universités autonomes dans les États de Nayarit, Colima, Aguascalientes et Sinaloa.

La population a accès à une vaste gamme de programmes techniques de niveau collégial. Le *Centro de Enseñanza Técnica Industrial*, Centre de formation industrielle technique, offre par exemple toute une gamme de programmes d'affaires et de comptabilité ainsi que des programmes spécialisés dans certains métiers. Parmi les universités régionales, on peut également citer l'*Universidad Autónoma de Guadalajara*, Université autonome de Guadalajara.

Un programme du gouvernement fédéral assure une aide financière à la formation industrielle, sous réserve que la société embauche 80 pour 100 des stagiaires. Cela permet aux grandes sociétés d'ouvrir leurs propres écoles de formation.

LES MARCHÉS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX

LES MAQUILADORAS

Des législations mexicaines et américaines complémentaires ont permis d'importer les matières premières et les pièces en franchise de droits de douane et de les réexporter vers les États-Unis en ne taxant que leur valeur ajoutée mexicaine. Le programme de départ restreignait les ventes au Mexique aux produits bas de gamme qui ne devaient représenter qu'une petite partie de la production. Les zones des *maquiladoras* sont concentrées dans la zone frontalière du nord mais il y en a également dans les États de Jalisco et d'Aguascalientes qui sont situés de façon stratégique pour les entreprises exportatrices.

Un grand nombre de grandes multinationales sont situées dans les *maquiladoras* de l'État de Jalisco. Toutefois, avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), le programme des *maquiladoras* perdra progressivement de son intérêt. Le gouvernement mexicain a mis en œuvre un programme de transition pour permettre aux usines des *maquiladoras* de vendre leurs produits au Mexique. Depuis 1995, elles peuvent vendre 55 pour 100 de leurs exportations de l'année précédente en territoire mexicain et ce pourcentage augmente de cinq pour cent par année jusqu'à ce qu'il atteigne 100 pour 100 en 2001. Avec l'élimination progressive des droits de douane prévue par l'ALÉNA, la partie américaine de l'entente perdra également de son intérêt.

La plupart des usines des *maquiladoras* s'intègrent déjà à l'économie locale. Certaines d'entre elles aident des sociétés mexicaines à développer leurs capacités de fournisseurs. Le programme des *maquiladoras* est comparable à ceux qu'on retrouve dans le domaine de l'industrie, avec des dispositions particulières sur les importations et les exportations et il a été assujéti dans une large mesure aux fournisseurs mexicains. En plus de respecter les normes de contrôle de qualité, les sociétés mexicaines doivent également apprendre à utiliser les technologies de conception et de fabrication assistées par ordinateur pour recevoir les conceptions et les spécifications, ainsi qu'à utiliser les systèmes d'échange électronique de données (EED) pour prendre les commandes et livrer juste à temps.

Ces nouveaux débouchés pour les sociétés mexicaines font également apparaître des possibilités pour les sociétés canadiennes qui peuvent créer des coentreprises avec elles afin de les aider à se moderniser.

La ville de Guadalajara est un grand centre d'affaires et un important marché pour une vaste gamme de services financiers, d'enseignement et de services commerciaux. La région industrielle environnante accueille un nombre élevé d'industries de haute technologie qui ont d'importants besoins d'équipements et de technologies, sans oublier de services de conseils.

Les multinationales dominent dans la région. Dans l'État de Jalisco, en 1994, il y avait plus de 100 sociétés étrangères y compris 45 usines de transformation implantées dans les zones en franchise de droits de douane, les *maquiladoras*.

LES TECHNOLOGIES AGRICOLES

La région de l'ouest est connue comme le «grenier à blé du Mexique» avec environ un cinquième de la production agricole du pays et 17 pour 100 de sa production de bétail. L'État de Jalisco est le premier État producteur dans ces deux domaines. Même si on ne dispose pas actuellement des données sur le produit intérieur brut (PIB), une étude récente du *Grupo Financiero Bancomer*, à partir de données de 1988, est arrivée à la conclusion qu'à lui seul l'État de Jalisco produisait 9,4 pour 100 du PIB agricole du Mexique et ce chiffre était de 11,6 pour 100 dans le cas du bétail.

LA PRODUCTION AGRICOLE ET DE BÉTAIL DE LA RÉGION DE L'OUEST POURCENTAGE DU PIB SECTORIEL NATIONAL

État	% agriculture	% bétail
Aguascalientes	0,7	1,1
Colima	0,8	0,6
Jalisco	9,4	11,6
Nayarit	1,8	0,0
Sinaloa	7,3	3,8
Total	20,0	17,1

Source : *Grupo Financiero Bancomer, Informe Económico, septembre 1995.*

D'après des rapports récents, l'État de Sinaloa a accru sa production agricole et de bétail de façon disproportionnée et a maintenant devancé l'État de Jalisco. Cela s'explique par les fermes irriguées à très haute productivité qu'on y trouve. En effet, dans l'État de Sinaloa, 96 pour 100 des cultures cycliques et 73 pour 100 des cultures vivaces sont irriguées. Dans l'État de Jalisco, il n'y a que 80 pour 100 des cultures cycliques et 36 pour 100 des cultures vivaces à l'être. À l'échelle nationale, la production agricole et celle du bétail contribue pour six pour cent au PIB alors que ce pourcentage est de dix pour cent dans l'État de Jalisco.

LES RÉFORMES AGRICOLES DU MEXIQUE

Le secteur agricole du Mexique s'en remet pour l'essentiel à des technologies périmées. On y pratique des cultures souvent inadaptées aux conditions locales et cela explique l'inefficacité chronique. Le problème de base est le système mexicain des *ejidos*, un système de propriétés foncières communales. Après la révolution de 1910, les grandes *haciendas* ont été fractionnées et la terre redistribuée aux paysans. Seules les fermes les plus petites sont restées aux mains de leurs propriétaires.

Les petits agriculteurs, y compris les *ejidatarios* communaux, sont connus sous les noms de *campesinos*, agriculteurs. La plupart d'entre eux subsistent à peine. Environ 90 pour 100 cultivent des lots de moins de cinq hectares et 40 pour 100 d'entre eux ont moins d'un hectare. À l'échelle nationale, la superficie moyenne d'une ferme n'est que d'environ cinq hectares. Au cours des années, les terrains communaux ont dû alimenter une population croissante, ce qui a réduit encore leur efficacité. C'est ainsi qu'un *ejido* de 500 hectares peut avoir été divisé afin d'accueillir 300 familles, chacune ayant son petit lot.

Les politiques mises en œuvre après la révolution ont encore accru l'inefficacité. Comme les *ejidatarios* n'avaient pas de titre de propriété, ils n'étaient guère incités à investir et ne pouvaient pas vendre, louer ou regrouper leurs terres. Au cours des décennies qui ont suivi, les politiques gouvernementales ont mis l'accent sur les subventions afin de garder les gens à la campagne et d'assurer aux centres industriels des approvisionnements relativement stables d'aliments d'origine mexicaine. Aussi, le secteur agricole mexicain a-t-il besoin de près d'un quart de sa population active employée pour produire moins de neuf pour cent du produit intérieur brut (PIB). À titre de comparaison, le secteur agricole du Canada a besoin de 3,6 pour 100 de l'emploi pour produire 2,3 pour 100 du PIB.

L'administration de l'ancien président Salinas a mis en œuvre deux modifications importantes. À la fin de 1991, l'article 27 de la constitution du Mexique a été modifié pour accorder aux détenteurs des *ejidos* les titres de propriété de leurs terres. Cela a permis de vendre les *ejidatarios*, de les regrouper ou de les utiliser en garantie pour des prêts. Puis, en octobre 1993, le gouvernement a mis en œuvre le programme *Procampo* qui a remplacé le programme de soutien des prix par des subventions directes pour chaque hectare ensemencé avec une des neuf cultures de base désignées. L'objectif de ces deux mesures était de réorganiser le secteur agricole en fonction des principes du marché.

suite à la page 20

LA SÉCHERESSE ET LA DÉVALUATION

Le secteur agricole du Mexique est sur la voie du déclin depuis plusieurs années. La production a baissé d'un tiers en 1995 et deux millions d'hectares de terres agricoles n'étaient pas cultivées au printemps de 1996. Cela s'explique dans une certaine mesure par la grave sécheresse qui a touché le nord-est et qui dure maintenant depuis cinq ans. Un autre élément est la dévaluation du peso de décembre 1994.

L'ouest du pays n'a pas été touché par cette sécheresse. Les bons niveaux de pluie et d'excellents terrains ont permis d'atteindre des niveaux de productivité qu'on évalue au double de la moyenne nationale. Si la région a bien sûr été touchée par la dévaluation du peso, elle ne l'a pas été aussi gravement que d'autres. Une grande partie de la récolte de maïs est destinée à la consommation locale et des prix planchers du maïs étaient fixés par le gouvernement jusqu'à il y a peu. La production a baissé dans l'État de Jalisco, surtout à cause de la réduction des surfaces cultivées mais cela a été compensé par leur augmentation dans l'État de Sinaloa.

Un autre élément qui a contribué à isoler la région des effets de la dévaluation est sa production de fruits et de légumes frais. Les producteurs locaux ont atteint les niveaux internationaux d'efficacité et de qualité et leurs coûts en pesos ont été réduits par la dévaluation.

La présence de bonne terre, d'eau et de prairies naturelles, sans oublier les excellentes conditions pour la culture des fourrages, ont permis au secteur du bétail de croître alors qu'il était en diminution dans le reste du pays. La production d'œufs, de lait et de porc est nettement plus efficace dans la région de l'ouest que dans l'ensemble du pays.

Il est probable que les réformes agricoles du gouvernement fédéral auront sensiblement moins d'effets dans cette région qu'ailleurs au pays parce que les fermes y sont déjà relativement modernes et efficaces. Le gouvernement favorise activement la création de nouvelles *agroasociaciones*, des coopératives ou des coentreprises de production agricole et de bétail. Agriculture et agro-alimentaire Canada étudie les possibilités d'investissement dans le secteur agroalimentaire de la région et on s'attend à ce que l'État de Jalisco offre des possibilités intéressantes. Les spécialistes du domaine estiment que la production de bétail, de produits laitiers, de viandes et de légumes de qualité est particulièrement prometteuse.

LES RÉFORMES AGRICOLES DU MEXIQUE

suite de la page 19

À ce jour, ces réformes n'ont pas réussi. Les agriculteurs n'ont que peu utilisé la possibilité d'emprunter en donnant leurs terres en garantie parce que les taux d'intérêt étaient en moyenne supérieurs à 50 pour 100 en 1995. La possibilité de privatisation des terrains communaux a provoqué de vives réactions, en particulier dans l'État du Chiapas, où une révolte armée a débuté en 1994. Les *campesinos* préfèrent de beaucoup cultiver le maïs et les fèves et nombre d'entre eux n'ont pas les ressources nécessaires pour passer à d'autres cultures. En octobre 1995, l'administration du président Zedillo a dévoilé un programme élargi d'aide au secteur rural appelé *Alianza para el Campo*, Alliance rurale. Il s'agit d'un prolongement de *Procampo* qui s'applique également pour la première fois aux producteurs de bétail. Il prévoit des subventions pour les nouvelles technologies et décentralise l'administration des programmes agricoles. Combiné à la reprise progressive de l'économie mexicaine, le programme *Alianza para el Campo* devrait susciter à moyen terme d'importants nouveaux débouchés pour les fournisseurs étrangers de technologies, d'équipements et de services agricoles.

On estime qu'il aura des effets sur le marché des technologies agricoles importées de deux façons. Tout d'abord, il favorisera la mise sur pied des *agroasociaciones*. Ces coentreprises agricoles permettent à de petits agriculteurs de combiner leurs ressources et de passer des contrats collectifs avec des gros acheteurs. L'*Alianza para el Campo* vient en aide à ces associations grâce à un programme d'aide au financement, à la technologie et à la commercialisation. En second lieu, l'*Alianza para el Campo* englobe un programme appelé *Produce* qui prévoit des subventions pour les intrants et la technologie. Il est destiné à réduire les coûts des tracteurs d'origine mexicaine de 40 pour 100. Il permettra d'offrir une subvention fédérale de 20 pour 100, une subvention d'État de 10 pour 100 et de demander aux fabricants de tracteurs de réduire leurs prix de 7 à 15 pour 100. Tous les grands fabricants de tracteurs ont adhéré au programme.

Ces deux éléments du programme *Alianza para el Campo* devraient permettre globalement d'accroître la demande de technologies, d'équipements et de services agricoles. Comme *Produce* concerne l'équipement de fabrication mexicaine, il devrait aussi susciter un nouvel intérêt pour les coentreprises technologiques avec des sociétés étrangères.

L'ÉQUIPEMENT AGRICOLE

Même si l'ouest du Mexique est la principale région agricole, elle n'est pas un centre important de fabrication d'équipement agricole. Le secteur agricole du Mexique souffre gravement de sous-mécanisation. Il n'y a qu'environ 180 000 tracteurs dans ce pays pour une surface ensemencée d'environ 19 millions d'hectares. C'est là une densité à peine supérieure à un tracteur pour 100 hectares. La région de l'ouest est, par comparaison, très mécanisée. Les grands États agricoles de Nayarit et de Sinaloa ont respectivement un tracteur pour 83 et 67 hectares et l'État de Jalisco a un tracteur pour 74 hectares. L'État de Colima, lui, a un tracteur pour 110 hectares à cause de son terrain montagneux et de la spécialisation des cultures, comme les limes, qui ne nécessitent pas de tracteur. Dans l'État d'Aguascalientes, on couvre 47 hectares avec un tracteur, ce qui en fait un des États les plus mécanisés du pays.

Les principaux fabricants de tracteurs au Mexique sont John Deere, New Holland et Massey Ferguson, qui sont toutes des multinationales implantées essentiellement dans les régions de Monterrey et de Querétaro. Les fabricants d'équipement agricole de l'ouest produisent essentiellement des outils. En 1993, il y avait 30 établissements de fabrication d'équipement agricole employant environ 1 300 personnes dans la région. La valeur de la production était estimée à 30 millions de dollars US, soit environ 13 pour 100 de la production nationale. Il n'y a pas de production d'équipement agricole dans les États de Colima et de Nayarit.

Les fabricants implantés dans l'État d'Aguascalientes se spécialisent dans l'assemblage des tracteurs et dans la fabrication d'équipement. Les entreprises les plus importantes sont *Grupo Ruvesa* (une concession d'International Harvester) et *Constructora de Maquinaria Triunfo*. Les entreprises de l'État de Jalisco fabriquent essentiellement de l'équipement d'irrigation et de fumigation et des moulins à vent. Les grands producteurs sont *SwissMex* et *Molinos Azteca*. Parmi les autres fabricants importants, on peut citer *Grupo Ruvesa*, *Industrias Cabrera*, *Industrias Vázquez* et *Equipo Zetamex*. Le principal constructeur de l'État de Sinaloa est *Industrias Vázquez*, qui fabrique du matériel mobile. Dans l'État de Jalisco, cette production est concentrée dans les municipalités de Guadalajara, Zapopan et Lagos de Moreno. Dans l'État d'Aguascalientes, les principaux fabricants d'équipements se trouvent dans la capitale de l'État. Ceux de l'État de Sinaloa sont situés à Los Mochis et à Culiacán.

Dans le cadre d'une étude réalisée par le consulat canadien de Guadalajara, on a fait enquête auprès de dix sociétés pour évaluer la participation étrangère dans cette industrie. On est arrivé à la conclusion que cet investissement étranger n'est pas un élément important du secteur de l'équipement agricole de la région. Il n'y a qu'une entreprise, *SwissMex*, dans laquelle il y a eu des investissements étrangers importants représentant 20 pour 100 de son capital. Une autre société, *Tecnomec*, a déclaré qu'elle négocie avec une société américaine un investissement dont le montant pourrait atteindre le tiers de son capital. Cela laisse entendre qu'il y a des possibilités inexploitées pour les sociétés canadiennes voulant créer des coentreprises dans la région. L'étude du consulat est arrivée à la conclusion que le manque de capitaux est la principale raison expliquant le peu de développement de l'industrie locale.

La plupart des fabricants interrogés étaient ouverts à l'idée de distribuer des produits canadiens. Ils étaient surtout désireux de combler des trous lacunes leurs gammes de produits. La plupart des équipements fabriqués à l'étranger qu'on retrouve dans la région sont vendus par des distributeurs. Il n'y a par contre que la moitié des distributeurs des cinq États à offrir de l'équipement importé. Quelques-uns d'entre eux ont signalé qu'ils importent directement, en général parce que les volumes de vente sont petits. Ils ne sont que quatre dans la région dont les ventes dépassent les trois millions de dollars US par année.

Parmi les produits importés directement, on peut citer les semoirs en provenance des États-Unis, les moissonneuses en provenance du Canada et de France et les batteuses qui viennent d'Italie. Le gros des importations vient des États-Unis et on estime que, pour l'ensemble du Mexique, la part du marché du Canada des importations mexicaines est inférieure à deux pour cent. Il n'y a qu'un distributeur de la région à importer directement du Canada. Ceux qui ont été interrogés ne connaissaient pas bien les marques canadiennes, ce qui laisse entendre qu'une promotion plus agressive pourrait déboucher sur des ventes.

Les freins à l'expansion et à la modernisation du secteur agricole dans l'ouest du pays sont essentiellement financiers et technologiques. Les sociétés canadiennes qui trouveront les meilleurs débouchés sont celles qui peuvent travailler avec des fabricants mexicains pour les aider à adopter les technologies les plus récentes. Les entreprises en mesure d'offrir un financement de leurs ventes d'équipements auront encore de meilleures possibilités.

LES TECHNOLOGIES DE TRANSFORMATION ALIMENTAIRE

Le secteur de la transformation alimentaire est le volet le plus important du secteur de la transformation de l'ouest du Mexique et il est responsable de 38 pour 100 de la production totale de l'État de Jalisco. En 1993, il y avait dans cet État plus de 6 000 entreprises dans les secteurs de l'alimentation, des boissons non alcoolisées et de la transformation du tabac. Elles employaient 64 000 personnes et avaient des ventes atteignant presque les cinq milliards de dollars US. L'État de Jalisco est le second en importance pour la transformation des aliments avec environ dix pour cent de l'emploi de l'ensemble de ce secteur d'activité.

Cette industrie est dominée au Mexique par de petites entreprises, surtout à cause de la présence d'au-delà de 2 500 petits fabricants de tortilla dont peu ont plus de dix employés. Il n'y a que 400 sociétés à avoir plus de 15 employés et seulement 100 à avoir plus de 100 travailleurs. Dans la plupart des sous-secteurs, le marché est dominé par trois ou quatre grandes sociétés.

Les domaines de spécialisation des entreprises de ce secteur varient beaucoup selon la nature des cultures ou de la production de bétail de la région. Les cultures les plus importantes de l'État sont la canne à sucre, le maïs, la luzerne, le sorgho, le blé, les bananes, les fèves garbanzo, les tomates, les mangues, les limes et les pommes de terre. L'État de Jalisco produit 85 pour 100 des limes du Mexique. La

production animale, qui englobe la production laitière et de volaille, est un sous-secteur important dans toute la région et l'État de Jalisco est le principal producteur de lait, d'œufs et de porc du Mexique. C'est le seul État qui peut produire de la tequila authentique et l'*agave*, le cactus qui sert à la fabriquer, dont la culture est importante.

Les secteurs offrant les meilleurs débouchés pour les exportateurs canadiens sont les sous-secteurs qui exportent, parce que leurs entreprises disposent de revenus en devises fortes, ont accès au crédit et à des marchés en croissance. Dans la région de Guadalajara, les marchés les plus importants comprennent les sociétés fabriquant des produits de boulangerie et des produits laitiers ainsi que des confiseries. Les secteurs de la transformation des viandes et de production laitière sont également intéressants du fait des modifications apportées à la politique gouvernementale. Les 132 abattoirs de l'État de Jalisco devront se moderniser pour respecter les nouvelles normes de qualité du gouvernement. Le prix du lait a récemment été augmenté dans le cadre du plan du gouvernement pour rendre le Mexique pratiquement autosuffisant en lait d'ici la fin du siècle. Cela devrait favoriser la croissance de ce sous-secteur.

Un autre secteur prometteur est celui de l'emballage. La libéralisation du commerce a permis aux consommateurs de découvrir une grande diversité de produits importés, emballés de façon attrayante. Les fabricants locaux, qui ont bénéficié pendant des décennies d'un milieu protégé, se battent maintenant pour s'adapter.

Les grandes sociétés du secteur de la transformation alimentaire comprennent de grandes sociétés mexicaines, dont le géant de la boulangerie *Grupo Industrial Bimbo*, la dix-septième société en importance au Mexique en 1994 avec des ventes de six milliards de pesos mexicains. Les autres grands producteurs sont *Sabritas*, qui fabrique des amuse-gueule et *Bing*, un fabricant de crème glacée. Plusieurs multinationales sont aussi présentes dans la région parmi lesquels Nestlé, Hershey, Tate and Lyle et Archers Daniel Midland.

La crise économique provoquée par la dévaluation abrupte du peso en décembre 1994 a sensiblement réduit la demande d'équipement de transformation alimentaire. Cette crise a eu pour effet de doubler le coût de l'équipement importé et de pousser le coût du capital à des niveaux prohibitifs. Maintenant que l'économie de l'ouest du pays est sur la voie de la reprise, la demande se manifeste à nouveau. Les importations ont progressivement retrouvé leur capacité concurrentielle au fur et à mesure que les effets de la dévaluation se sont répandus dans toute la structure de coût des sociétés mexicaines. Le niveau des prix mexicains était, en décembre 1995, 52 pour 100 plus élevé qu'un an auparavant.

Les sociétés mexicaines qui fabriquent de l'équipement de transformation alimentaire se spécialisent le plus souvent dans des produits relativement simples. Certains équipements sophistiqués sont fabriqués sous licence ou dans le cadre de coentreprises technologiques avec des sociétés étrangères.

COMPOSITION DU SECTEUR DE LA TRANSFORMATION ALIMENTAIRE DANS L'ÉTAT DE JALISCO (POURCENTAGE)

Boissons	20,0
Autres produits pour consommation humaine	13,0
Huiles et matières grasses comestibles	11,3
Transformation du sucre	10,5
Produits de boulangerie	10,2
Produits laitiers	9,3
Confiseries	5,7
<i>Nixtamal et tortillas</i>	4,7
Produits pour consommation animale	4,5
Produits du tabac	4,3
Produits de la viande	3,0
Minoterie	2,5
Fruits et légumes transformés	1,0
Total	100,0

Source : Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), Institut technique de Monterrey, Campus de Guadalajara.

LES BOISSONS ALCOOLISÉES

La tequila est la boisson la plus importante de l'État de Jalisco. On ne peut la fabriquer légalement que dans la région entourant Tequila, une ville à la population de 33 000 personnes située non loin de Guadalajara. En 1993, 33 entreprises se consacraient à la production de l'*agave* distillée, qui en est le principal ingrédient. La production atteignait 69 millions de litres en 1994, dont 46 millions étaient exportés. Les marques les plus populaires sont *Cuervo* et *Sauza*, qui représentent à elles deux plus de la moitié de la production totale de tequila. La production de *Cuervo* est environ quatre fois plus élevée que celle de *Sauza*. Elle a augmenté de neuf pour cent par rapport à l'année précédente. Environ 25 000 personnes travaillent à la production de l'*agave*.

La région de Tequila est le principal centre de production mais on a assisté à une augmentation de la production à Los Altos au cours des dernières années. La consommation locale a diminué en proportion de la production mais, en 1993, elle représentait encore 20 pour 100 de la consommation de toutes les boissons alcoolisées. Les États-Unis sont la principale destination d'exportation où la tequila détient trois pour cent du marché des boissons alcoolisées. L'Allemagne suit de près avec 2,6 pour 100. En 1993, le Canada a importé 735 000 litres de tequila, ce qui en fait le cinquième marché le plus important. Plus de 90 pour 100 de la tequila est exportée en vrac et embouteillée dans le pays importateur.

Le gouvernement a pris des dispositions pour corriger la confusion qui règne à son avis entre les diverses qualités de tequila. Une nouvelle norme officielle a été publiée pour réglementer les ingrédients et les méthodes de production. On s'attend à ce que ces mesures, combinées aux modifications récentes à la constitution en matière de propriété des terres dans le secteur rural, permettent d'améliorer la situation internationale de l'industrie.

On fabrique également de la bière dans l'État de Jalisco, même si celle-ci n'a aucun caractère local. Environ 3 500 personnes sont employées dans quatre brasseries produisant les marques nationales *Modelo* et *Cuahtémoc-Moctezuma*. La production totale dans l'État est évaluée à sept millions d'hectolitres par année. Cette production est destinée presque en totalité à la consommation locale et les exportations sont minimales. La consommation de bière à Guadalajara est de 44 litres par personne par an, soit légèrement moins que la moyenne nationale et beaucoup moins que dans les États du nord où elle atteint 130 litres.

La tequila et la bière sont fabriquées presque exclusivement à partir d'ingrédients locaux mais il y a une demande de machinerie et d'autres équipements utilisés dans les procédés de production. L'équipement d'emballage, de manutention et d'étiquetage devrait trouver des marchés prometteurs.

LE SECTEUR DE L'ÉLECTRONIQUE

L'État de Jalisco est un grand centre de fabrication d'équipement électronique et celui d'Aguascalientes est également un important producteur. Dans la région, les entreprises de ce secteur se consacrent essentiellement aux technologies de l'information comme l'équipement informatique et de communication et les périphériques. Les entreprises sont essentiellement situées dans les *maquiladoras* de l'État, zones de fabrication en franchise. Quarante-huit pour cent des exportations de produits électroniques du Mexique provenaient, en 1994, des *maquiladoras* et celles-ci accueilleraient 70 pour 100 des importations. L'industrie emploie environ 15 000 personnes dans l'État de Jalisco.

Avant 1990, les importations d'ordinateurs étaient fortement limitées dans le cadre des efforts du Mexique pour implanter une industrie locale. Un décret présidentiel publié en 1981 précisait que tous les fournisseurs d'ordinateurs devaient se doter d'installations locales de fabrication. Un second décret publié en 1987 accroissait les exigences de contenu locales et imposait des permis d'importation pour l'équipement informatique. Cette politique a permis de doter le pays d'installations de fabrication d'ordinateurs, surtout d'IBM. Elle a par contre eu pour effet de limiter l'accès des autres secteurs d'activité mexicains aux technologies de pointe. Cette réglementation a été modifiée en 1990 et les fabricants étrangers d'ordinateurs ont maintenant le droit d'alimenter le marché mexicain uniquement au moyen d'importations. Les sociétés qui fabriquent des ordinateurs au Mexique bénéficient d'une remise des droits de douane de 100 pour 100 sur les pièces et sur l'équipement. L'objectif de cette nouvelle politique est de rendre l'industrie de l'informatique plus concurrentielle et de permettre aux autres secteurs d'activité de l'économie d'accéder aux technologies de pointe.

Dans l'État de Jalisco, l'industrie de l'électronique est bien implantée et est composée de plus de 65 sociétés. Parmi les plus importantes, on peut citer Lucent Technologies, Motorola, Mitel, NEC, Hewlett-Packard, IBM, Siemens et Eastman Kodak. Texas Instruments et Xerox ont des usines aux abords d'Aguascalientes. Ces sociétés fabriquent une vaste gamme de produits de haute technologie parmi lesquels des ordinateurs, des périphériques, des téléphones cellulaires, des appareils photos, des disques compacts photographiques et une longue liste de composants électroniques.

Les ventes du secteur de l'électronique dans l'État de Jalisco étaient évaluées à 2,1 milliards de dollars US en 1994, soit presque neuf pour cent de la production de l'État. Environ 1,6 milliard de dollars US était destiné à l'exportation et la moitié de cette valeur correspondait à une valeur ajoutée. Les ventes nationales et les transferts entre les *maquiladoras* composaient le reste des 500 millions de dollars US.

Les multinationales qui dominent le secteur de l'électronique de la région sont en général intégrées à l'échelle nord-américaine ou mondiale et ont le plus souvent des sources garanties d'approvisionnement. Les sociétés canadiennes qui voudraient pénétrer ce secteur devraient donc probablement le faire en utilisant leurs relations avec des sociétés affiliées américaines et canadiennes. On devrait par contre voir apparaître des débouchés pour les PME qui peuvent créer des coentreprises avec des sociétés mexicaines afin de les aider à respecter les normes de qualité des multinationales. Les pièces et les éléments achetés localement représentaient moins de dix pour cent des achats en 1994. Cette proportion devrait augmenter au fur et à mesure que l'industrie s'intégrera à l'économie mexicaine à la suite de l'entrée en vigueur de l'ALÉNA et de l'élimination progressive du programme des *maquiladoras*.

IBM

IBM a une usine à El Salto, dans l'État de Jalisco, en banlieue de Guadalajara, qui emploie plus de 2 000 personnes. En 1995, elle a exporté 200 000 ordinateurs de bureau, 300 000 ordinateurs portatifs et deux millions d'actuateurs et de suspensions de disque dur vers 22 pays. Cela représente la moitié des exportations de produits électroniques de l'État de Jalisco et un tiers de toutes les exportations de l'État.

Au début de 1996, l'usine faisait l'objet d'un important agrandissement qui entraînera l'embauche de 1 200 personnes de plus. Cela devrait accroître la production d'actuateurs et de suspensions de disque dur de l'usine de 2 à 15 millions d'unités par année. Cette expansion a nécessité de déplacer certaines activités de Californie, de Singapour et d'Allemagne vers Jalisco. La société atteint les normes de qualité ISO 9000 pour tous ses produits et dépasse les normes mondiales d'IBM dans certains domaines.

MOTOROLA

Motorola emploie environ 2 000 personnes à son usine située au centre de Guadalajara. Elle fabrique toute une gamme de composants électroniques et ses ventes, en 1995, étaient d'environ 250 millions de dollars US. Ses principaux marchés sont les États-Unis, l'Asie et l'Europe. La société a un bureau à Mexico et une autre usine à Chihuahua.

LUCENT TECHNOLOGIES

Lucent Technologies est une nouvelle société créée pour reprendre les activités de fabrication de l'ancien AT&T. Elle fabrique des téléphones à fil et sans fil ainsi que des téléphones cellulaires et des répondeurs téléphoniques à Guadalajara. Ses ventes dépassent les 250 millions de dollars US. La société agrandit ses installations afin de faire face à une augmentation prévue de 80 pour 100 de ses ventes d'ici la fin de 1997. Le nombre d'employés passera de 3 000 à environ 5 000.

EASTMAN KODAK

Eastman Kodak emploie environ 2 400 personnes à son usine de Guadalajara. Elle fabrique un certain nombre de produits de pointe dont des pellicules à rayon X, des pellicules pour arts graphiques, des CD-Photo et des composants électroniques. Elle exporte vers les Amériques et l'Europe et c'est un élément important des opérations mondiales d'Eastman Kodak. La société a récemment annoncé qu'elle ajoutera une nouvelle ligne de production de CD-Photo à son usine.

HEWLETT-PACKARD

Hewlett-Packard emploie 700 travailleurs à son usine de Guadalajara, qui comprend un laboratoire de recherche. Elle fabrique des ordinateurs personnels et des périphériques pour le Mexique et l'Amérique latine. La société a également réussi à mettre au point des produits dont la fabrication a été coordonnée avec ses installations d'Allemagne et du Japon. Elle a récemment ouvert une nouvelle installation de 23 000 mètres carrés qui lui permettra d'accroître ses activités à plus du double.

LES TENDANCES ET LES DÉBOUCHÉS

Il ne s'agit là que des plus grandes multinationales à avoir mis sur pied des installations de fabrication de niveau mondial dans les États de Jalisco et d'Aguascalientes. On a cité dans la presse les dirigeants de ces sociétés qui vantaient la qualité des ressources humaines de Jalisco qui ont réussi à mettre en place des opérations de niveau mondial dans l'ouest du Mexique. L'expansion de ces usines, qui se poursuit, laisse entendre que le marché pour les pièces, les éléments et les autres intrants continuera à augmenter.

L'industrie de l'électronique importe de grandes quantités de matériaux. Ses principales sources d'approvisionnement sont les États-Unis, le Canada, la Belgique, la Chine, l'Allemagne, le Japon, l'Irlande, la Corée, la Malaisie, Singapour, Taiwan, la Thaïlande et le Royaume-Uni. En règle générale, ce secteur d'activité achète moins de dix pour cent de ses produits sur le marché local.

Les décisions d'achat pour les installations de Guadalajara sont prises pour l'essentiel aux sièges des sociétés ou aux directions régionales des entreprises. Cela veut dire que dans la plupart des cas, les sociétés canadiennes qui veulent participer à ce marché devront le faire en passant par les multinationales implantées aux États-Unis. Ces multinationales s'intéressent toutefois de plus en plus aux approvisionnements locaux, essentiellement afin de répondre à leur désir d'approvisionnement juste à temps. La disparition des avantages propres aux *maquiladoras* contribue également à cette tendance. Plusieurs entreprises de la région ont mis sur pied des programmes pour aider des fournisseurs locaux à prendre de l'expansion.

Les possibilités pour ces fournisseurs sont cependant limitées étant donné les normes très rigoureuses qu'imposent ces grands fabricants d'électronique. En règle générale, un fournisseur éventuel doit être évalué et certifié à l'avance de façon à s'assurer qu'il est capable de respecter de façon constante des normes de qualité élevées. Ces fournisseurs doivent également se plier aux exigences de livraison juste à temps. Il y a actuellement un petit nombre de PME de la région de Guadalajara capables respecter ces normes.

Cela fait apparaître des débouchés pour les sociétés canadiennes qui peuvent constituer des partenariats ou des coentreprises avec des sociétés mexicaines pour les aider à se moderniser. Le partenaire mexicain pourrait répondre aux exigences du client de présence locale alors que le partenaire canadien pourrait fournir la technologie, le savoir-faire en gestion et éventuellement le financement. Les sociétés étrangères qui sont déjà implantées dans la région bénéficient d'un avantage et les multinationales et le gouvernement ont incité les fournisseurs actuels à construire des usines dans la région de Jalisco. Malgré cela, il y a encore de nombreuses possibilités de partenariat.

LES TECHNOLOGIES ET L'ÉQUIPEMENT DE TRANSFORMATION

Les réformes économiques que le Mexique a mises en œuvre à la fin des années 1980 ont exposé ces entreprises de transformation à l'arrivée de la concurrence après des décennies de protectionnisme. Les réformes ont également fait apparaître de nouveaux marchés d'exportation. Un grand nombre de sociétés mexicaines n'étaient toutefois pas en mesure de tirer parti de ces possibilités parce qu'elles n'avaient pas la technologie nécessaire pour respecter les normes internationales de qualité et d'uniformité. Ces sociétés ont rapidement appris que la philosophie voulant que technologie de pointe aille de pair avec réduction des coûts de main-d'œuvre, ce qui était un principe de base pour nombre d'entre elles, présentait moins d'avantages maintenant que par le passé. Un grand nombre d'entreprises mexicaines ont alors commencé à rationaliser et à moderniser leurs activités. Beaucoup de petites entreprises familiales ont été absorbées par les grands *grupos* ou se sont associées avec des multinationales. Les importations de biens d'équipement ont augmenté rapidement mais nombre de sociétés mexicaines ont réussi à survivre sur les marchés locaux uniquement.

La situation a changé avec la dévaluation du peso de décembre 1994. En 1995, les exportations de produits autres que pétroliers ont augmenté de 33 pour 100. Les importations totales ont diminué de 8,7 pour 100 alors que les importations de biens d'équipement étaient réduites d'environ la moitié. Le produit intérieur brut (PIB) a baissé de presque sept pour cent au cours de l'année et cela a affaibli la plupart des marchés mexicains.

La situation économique actuelle laisse peu de choix aux fabricants si ce n'est d'exporter s'ils veulent survivre et prospérer. Nombre d'entreprises mexicaines de fabrication ne peuvent cependant pas tirer parti de ces possibilités d'exportation parce que leurs produits ne respectent pas les normes internationales de qualité. La recherche de la qualité et de l'uniformité s'ajoute donc à la productivité parmi les motivations pour se moderniser. De plus, alors qu'on assiste au redressement de l'économie nationale, la concurrence étrangère devient plus active dans le secteur du détail. Cette concurrence récente de sociétés étrangères suscite de nouvelles demandes pour des produits de meilleure qualité ainsi que pour des produits emballés de façon plus attrayante et plus pratique.

LA CHAUSSURE

En 1993, il y avait 1 386 sociétés de chaussures dans l'État de Jalisco, responsables d'environ dix pour cent de l'emploi de tout l'État. D'après une évaluation du US Department of Commerce, les fabricants de chaussures de l'État de Jalisco fabriquaient un quart de la production nationale du pays évaluée à 160 millions de paires de chaussures. Six sociétés étaient considérées comme grosses, 22 comme moyennes et plus de la moitié comme des micro-entreprises. Environ 80 pour 100 d'entre elles fabriquent des chaussures pour dames. Ce secteur vit dans une atmosphère de concurrence très vive, venant du Brésil pour les prix allant d'intermédiaires à supérieurs et d'Asie pour les produits de bas de gamme. Cette industrie se consacre essentiellement au marché mexicain.

L'industrie de la chaussure a contribué à la croissance économique du Mexique avant la dévaluation du peso de décembre 1994. L'État de Jalisco était déjà le second centre en importance de fabrication de chaussures alimentant essentiellement le marché national.

La dévaluation a réduit nettement les ventes nationales parce que les achats de chaussures neuves peuvent facilement être reportés. L'industrie a réagi en mettant davantage l'accent sur les marchés d'exportation, ce qui englobe les marchés américains et canadiens ainsi que ceux d'Amérique centrale et du Sud. C'est ainsi que les exportations de chaussures à destination du Canada ont augmenté d'environ 15 pour 100 pour atteindre 7 millions de dollars canadiens en 1995. En même temps, les droits compensateurs sur les chaussures en provenance d'Asie ont aidé à protéger le marché national, au moins de façon temporaire. Les exportations provenant de l'État de Jalisco ont doublé pour atteindre 10 millions de dollars US dans l'année qui a suivi la dévaluation. En 1990, il n'y avait que cinq des 325 fabricants de chaussures à exporter, et ce chiffre a grimpé à environ 40 après la dévaluation.

Les clés de la réussite dans le secteur de la chaussure sont la modernisation, la livraison juste à temps et l'adaptation rapide aux tendances du marché, surtout pour les chaussures pour dames. Les fabricants de la région de Guadalajara éprouvent de la difficulté à répondre à ces exigences. En général, on constate un manque d'intégration entre l'information sur les marchés, la conception et la fabrication. Ces entreprises ne disposent pas non plus des technologies modernes nécessaires pour avoir des procédés de fabrication souples et s'adapter à la livraison juste à temps. Une autre contrainte est la pénurie de matériaux synthétiques à prix concurrentiel pour les semelles et les talons, ce qui est une tendance importante dans le domaine de la chaussure.

Il y a un créneau particulier pour les bottes de cowboy en partie parce que les principaux pays concurrents ne sont pas spécialisés dans ce domaine. Sur ce marché, il est plus important de disposer de main-d'œuvre compétente que de pouvoir s'adapter à l'évolution des styles. Cela n'empêche que pour faire concurrence sur un marché mondial de plus en plus ouvert, les fabricants de chaussures de la région de Guadalajara devront se moderniser. Les entreprises canadiennes pourraient participer à ce processus grâce à des coentreprises technologiques.

Les matières premières dont a besoin la région sont le cuir naturel, le similicuir et les accessoires. Les États-Unis dominent le marché du cuir naturel avec 40 pour 100 de ce marché. Les exportations canadiennes de cuir vers le Mexique étaient pratiquement nulles en 1995. Environ un tiers du similicuir vient d'Asie et d'Europe, l'Italie et l'Espagne étant les principaux fournisseurs étrangers d'accessoires. La plupart des tissus utilisés pour la fabrication de chaussures viennent du Mexique.

LES TEXTILES ET LES VÊTEMENTS

Le secteur des textiles a été l'un des premiers à prendre de l'expansion quand le développement industriel est intervenu dans l'ouest du pays il y a un siècle. L'industrie du textile et du vêtement, en particulier des vêtements pour enfants de l'État d'Aguascalientes est l'une des plus importantes et des plus traditionnelles du pays.

En 1993, ce secteur était composé dans l'État de Jalisco de plus de 1 700 établissements dont 80 pour 100 étaient considérés comme des micro-entreprises. Le sous-secteur de la fabrication du tissu est le plus concentré de tous avec environ 19 000 travailleurs dans neuf établissements en plus d'un peu moins de 300 entreprises dont les tailles vont de petites à micro. L'industrie locale ne fabrique qu'une gamme limitée de fibres puisque les fibres synthétiques et le coton sont importés des États-Unis et du Canada. Les principales exportations du Canada dans cette catégorie sont les filaments et les fibres synthétiques.

Le niveau d'activité a baissé au cours des dernières décennies et le secteur ne produit plus à pleine capacité. Alors qu'en 1980 la production de textiles et de vêtements représentait 6,5 pour 100 de la production manufacturière totale de l'État de Jalisco, elle ne représentait plus que 4 pour 100 en 1993. Malgré cela, il peut y avoir des débouchés pour certains produits précis. La fabrication locale de denim est importante et un tiers des blue jeans mexicains sont fabriqués à Jalisco. Soixante pour cent de la production de *bonetería*, de vêtements, est exportée par une grande variété de petites entreprises.

La technologie du secteur est le plus souvent périmée et sa productivité faible. Les coûts de production sont élevés à cause du faible taux d'utilisation de la capacité de production. La demande dans ce secteur concerne la machinerie servant à moderniser les entreprises, sous réserve de pouvoir le faire de façon efficace sur le plan financier.

Les analystes du secteur imputent le retard technologique à des décennies de protectionnisme ainsi qu'à des éléments financiers. Cette industrie s'est en effet développée en disposant d'un marché local pratiquement captif. Le crédit est également difficile à obtenir et très coûteux. Cela peut faire apparaître des possibilités de coentreprises avec des sociétés canadiennes des secteurs du textile et du vêtement et ces possibilités pourraient comporter la vente d'équipement usagé.

LES MEUBLES

Les deux tiers des entreprises du secteur de la transformation des produits du bois de Jalisco, et 70 pour 100 des emplois de cette industrie, entrent dans la catégorie de l'industrie du meuble.

Il y a environ 1 000 établissements de fabrication de meubles dans cet État dont deux seulement sont considérés comme importants et 13 comme moyens. Une telle répartition offre les avantages de la qualité du travail fait main et permet une bonne compréhension des méthodes de travail traditionnelles. Elle ne facilite pas, par contre, les conceptions originales et l'utilisation des technologies de pointe

pour des productions à grande échelle. Ce secteur d'activité manque aussi gravement de capitaux.

Les observateurs sont d'avis que la combinaison de produits fabriqués traduit bien la situation nationale où les trois quarts des ventes de meubles sont destinés aux particuliers. L'industrie utilise essentiellement comme matières premières du pin, des matériaux composites, des adhésifs, des peintures et des vernis, des éléments de métal et du textile.

Le niveau de la technologie utilisée par le secteur de la fabrication du meuble de la région de Guadalajara est relativement faible. Une des tendances auxquelles on assiste est l'augmentation du nombre de «galeries» ou salles de montre de mobilier où le client peut choisir, puis on fabrique ensuite sur commande. Une autre tendance du marché est celle du mobilier à monter par le consommateur, en particulier pour les chaînes audiovisuelles domestiques, les ordinateurs et le bureau.

Pour répondre à ces nouvelles tendances, il faut disposer de technologies de fabrication souples et être capable de réagir rapidement, ce qui n'est pas le cas de la plupart des fabricants locaux. Cela fait apparaître des possibilités de coentreprises avec des sociétés canadiennes. Il y a également un marché pour les éléments de bois non finis produits en grande quantité et destinés à servir de matières premières. Les tissus synthétiques entrant dans la fabrication des meubles sont essentiellement importés.

LE TRAVAIL DU MÉTAL

Le secteur mexicain du travail du métal est très important dans l'ensemble de l'économie et est concentré dans quelques États, dont celui de Jalisco qui est la quatrième région en importance dans ce domaine. La situation de ce secteur dans la région se compare à ce qu'il est à l'échelle du pays.

Durant les années 1970, on a mis essentiellement l'accent sur la production de bicyclettes, de motos et de véhicules tirés par des animaux. Pour l'essentiel, l'industrie n'a pas adopté les technologies de pointe nécessaires pour desservir des clients plus sophistiqués à l'échelle nationale, et encore moins les multinationales. Les taux élevés de rejet et de déchets étaient courants dans cette industrie. C'est pourquoi le secteur du travail du métal n'a pas été en mesure de répondre pleinement aux demandes des fabricants d'équipement de technologie de pointe de la région.

Il y a près de 2 500 sociétés de produits du métal dans l'État de Jalisco, mais seulement 12 sont considérées comme importantes et une quarantaine sont de taille moyenne. Parmi les plus importantes, on peut citer *Urrea*, avec 1 300 employés, et la *Siderurgical Company of Guadalajara* avec 1 200 travailleurs.

Comme dans de nombreux autres secteurs de la région, les entreprises de ce domaine souffrent d'une technologie périmée. Les principales contraintes sont le manque de connaissance des méthodes de pointe et une sérieuse pénurie de financement. Cette industrie devrait affronter de nouveaux défis avec l'élimination progressive du programme des *maquiladoras* et lorsque les grandes multinationales commenceront à chercher des fournisseurs locaux.

LES PRODUITS PHARMACEUTIQUES

Il y a 43 sociétés de produits pharmaceutiques dans l'État de Jalisco. Les trois quarts d'entre elles fabriquent des produits à usage humain et un quart se spécialisent en produits vétérinaires. Les autres fabriquent pour l'essentiel des produits auxiliaires ou des produits chimiques à usage pharmaceutique.

Ni l'industrie de la région, ni l'industrie du secteur pharmaceutique entier du Mexique, ne peut répondre à l'ensemble des besoins de la région. En 1992, les importations de la région étaient d'environ 8 millions de dollars US alors que les exportations étaient inférieures à un million.

De façon traditionnelle, les matières premières et les autres intrants du secteur pharmaceutique sont importés d'Europe. Avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), de nouveaux débouchés apparaissent, en particulier pour des coentreprises à vocation technologique. Le Mexique a conclu des accords commerciaux avec d'autres pays d'Amérique latine qui n'ont pas de capacité locale de production pharmaceutique. Les pays d'Amérique centrale et des Antilles sont les principaux marchés d'exportation, surtout pour les grands producteurs comme Ciba-Geigy, Laboratories Trends et Laboratories Sophia. Les produits les plus exportés sont les antibiotiques et les anti-épileptiques.

La libéralisation graduelle du contrôle des prix a permis au secteur de prendre de l'expansion au cours des dernières années. Le prix réel des médicaments a augmenté de 28 pour 100 au cours de la période de trois ans qui s'est terminée en 1994 avec l'entrée en vigueur du *Programa de Modernización de la Industria Farmacéutica*, Programme de modernisation de l'industrie pharmaceutique en 1991.

L'industrie pharmaceutique de la région de Guadalajara n'est pas aussi sophistiquée qu'au Canada, mais elle offre un certain nombre d'avantages. La main-d'œuvre locale est bien formée et la région est située de façon stratégique. Si les États-Unis sont en avance pour les médicaments de marque, le Canada a un secteur des médicaments génériques bien développé qui pourrait trouver d'excellentes possibilités de partenariats avec des sociétés de la région de Guadalajara.

LE TOURISME

Le secteur mexicain du tourisme n'a pas enregistré l'augmentation de revenus attendue de la dévaluation du peso. Si le nombre des visiteurs étrangers a augmenté en 1995, les dépenses moyennes par personne ont diminué. Les visiteurs ont profité du peso moins cher et, en réduisant leurs achats, ont réduit l'effet net de leur présence sur l'économie. D'après le *Grupo Financiero Bancomer* le nombre total de visiteurs étrangers a augmenté de 2,5 pour 100 en 1995 pour atteindre 85 millions de personnes. Seulement 6,3 millions étaient des touristes qui, par définition, restent plus d'un jour dans le pays. Les «touristes» comprennent les visiteurs d'affaires qui restent plus d'un jour. Il y a eu 18 millions de touristes mexicains dans la région au cours de la même année.

PRINCIPALES DESTINATIONS TOURISTIQUES DE L'OUEST DU MEXIQUE

Destination	Milliers de visiteurs	% de visiteurs étrangers
Puerto Vallarta, Jalisco	829	0,44
Mazatlán, Sinaloa	703	0,23
Manzanillo, Colima	324	0,18
Guadalajara, Jalisco	1 366	0,10
Total	3 222	0,22

Source : Grupo Financiera Bancomer, Informe Económico, juin 1996.

Les destinations touristiques du Mexique sont classées en plusieurs catégories qui sont les centres de villégiature complètement planifiés du littoral, les plages classiques, les grandes villes et les autres destinations. Il n'y a pas de centres de villégiature complètement planifiés dans l'ouest. On peut donner comme exemple de ce genre Cancún, sur la côte est, qui est la principale destination avec 2,2 millions de visiteurs en 1995. Il y a dans l'ouest trois destinations de la catégorie des plages traditionnelles qui sont Puerto Vallarta, Manzanillo et Mazatlán. Guadalajara est l'une des trois destinations touristiques reconnues dans la catégorie des grandes villes, avec Mexico et Monterrey. Dans l'ensemble, la région de l'ouest du pays a attiré 3,2 millions de visiteurs en 1995, dont environ 22 pour 100 étaient des étrangers.

Les fonctions de promotion du tourisme du gouvernement fédéral ont été décentralisées récemment, ce qui devrait relancer le tourisme régional. Les groupes de promotion touristique de la région disposeront ainsi de plus de ressources et seront incités à coopérer davantage avec les États de la région. Le *Consejo Estatal para el Desarrollo Turístico*, le Conseil du développement touristique du gouvernement de Jalisco, a ainsi élaboré un nouveau programme conçu pour promouvoir le développement du tourisme «multipolaire» par opposition à la politique précédente de promotion «bipolaire» de Guadalajara et de Puerto Vallarta. Dans son approche, la région mettra l'accent sur le développement de quatre nouvelles zones qui sont Costalegre, Lac Chapala, Los Altos et Sur del Estado.

La croissance du tourisme dans la région fait apparaître d'importantes nouvelles possibilités. Des sociétés canadiennes ont réussi à exporter toute une gamme de produits nautiques et connexes pour le tourisme côtier. Il y a également un marché pour les aliments spécialisés comme les produits de charcuterie et l'eau purifiée, sans oublier d'autres boissons pour lesquelles la demande est plus forte dans les centres touristiques que dans le reste du pays. Il pourrait y avoir des possibilités additionnelles de coentreprises pour la mise en place et la promotion des installations touristiques.

LES MARCHÉS DE CONSOMMATION

Avec une population d'environ quatre millions de personnes, la zone métropolitaine de Guadalajara (ZMG) sert de grand centre de commerce de détail pour toute la région environnante. On y trouve plusieurs centres commerciaux d'importance régionale. Comme dans le reste du Mexique et dans la plupart des pays d'Amérique latine, le secteur du commerce de détail de la région est nettement divisé entre les secteurs structurés et non structurés.

Les personnes à faible revenu ont tendance à acheter auprès du secteur non structuré, qui comprend les vendeurs de rue et les personnes travaillant à partir de leur domicile. Une étude a relevé la présence de 26 000 vendeurs de rue dans la ZMG. D'autres estiment que la taille du secteur non structuré est beaucoup plus importante.

Par contre, les systèmes en place pour répondre aux besoins des familles à revenu allant d'intermédiaire à supérieur ressemblent à ceux qu'on trouve au Canada et aux États-Unis. En réalité, les grands détaillants américains sont très présents dans toute la ville. On inclut dans les marchés de consommation les restaurants et les hôtels, qui sont relativement actifs en ce moment du fait de la faible valeur du peso.

Une des différences fondamentales entre les marchés de consommation mexicains et canadiens est le rôle des supermarchés et des hypermarchés. Au Mexique, ces types de magasins offrent une grande variété de produits autres qu'alimentaires et ils sont les principaux distributeurs de produits de consommation de prix intermédiaire destinés à la classe moyenne.

Il y a plusieurs centres commerciaux régionaux dans la ZMG, la plupart groupés autour de grands magasins à rayons. Les autres grands marchés de détail de la région sont Puerto Vallarta, Ciudad Guzmán, San Juan of the Lakes, Ocotlán et Tepatitlán. La forte présence des centres de loisir traduit la présence dans l'ouest du pays d'un grand nombre de retraités américains et canadiens.

Les grandes chaînes nationales de supermarchés et de magasins à rayons sont présentes dans la région, à l'exception de *Liverpool* qui n'a aucun magasin à Guadalajara, même si *Fábricas de Francia*, qui lui appartient, y a un magasin. Les autres grandes chaînes sont *Cifra (Aurrerá, Club Aurrerá)*, Wal-Mart, Sam's, Price Club, *Gigante*, *Comercial Mexicana* et Carrefour. Les grands magasins à rayons sont *Sears*, *Subúrbia* et *Salinas y Rocha*. Parmi les chaînes plus petites, on peut citer *Sanborns*, *Oxxo*, *Coppel* et Super 6. *Casa Ley*, dont le siège est à Sinaloa, est bien implantée dans tout l'ouest et le nord-ouest du Mexique.

On prévoit la construction d'un nouveau centre commercial, *Hemisferia*, à Zapopan mais les travaux sont suspendus pour l'instant. Il sera centré autour des magasins à rayons JC Penney, Dillard's, *Palacio* et *Subúrbia*. Ils constitueront un ensemble avec Wal-Mart, Sam's Club, Price Club et *Megamercado* qui sont déjà implantés à quelques pâtés de maisons. *Plaza del Sol* est probablement le centre commercial le plus réussi de Guadalajara. *El Mercado de Abastos* est le plus important centre d'entrepôt de l'ouest du Mexique puisque il dessert les États environnants.

Malgré la prépondérance des grands détaillants dans les couches supérieures du marché, l'ensemble du secteur du commerce de détail est caractérisé par des petites entreprises. La moitié de tous les établissements commerciaux emploient moins de cinq personnes. Quoiqu'il en soit, il y a dans l'État de Jalisco un nombre élevé de détaillants de grande taille. Le nombre d'établissements de détail comptant de 50 à 100 employés a augmenté de 20 pour 100 au cours des dernières années.

Les fabricants canadiens de produits de consommation qui ont réussi au Mexique ont utilisé essentiellement deux stratégies de commercialisation. Certains retiennent les services d'agents mexicains pour représenter leurs produits, de façon exclusive ou en les intégrant à d'autres gammes de produits non concurrentiels. D'autres vendent directement aux grands supermarchés et aux chaînes de commerce de détail.

Comme dans le reste du pays, la population de la région ouest est jeune puisque la moitié a moins de 20 ans. Cela contribue à dynamiser un marché de consommation relativement actif parce que les jeunes Mexicains ont été exposés à la publicité étrangère et sont attirés par les produits qui n'ont pas d'image traditionnelle au Mexique. Pris tous ensemble, les cinq États de l'ouest ont un niveau de vie supérieur à celui de l'ensemble du pays. D'après les données du recensement de 1990, les familles gagnant plus de cinq fois le salaire minimum représentent 8,8 pour 100 de la population, contre 7,6 pour 100 à l'échelle nationale. La tranche de revenu intermédiaire, c'est-à-dire entre trois et cinq fois le salaire minimum, représente 12,5 pour 100 de la population de la région contre 9,8 pour 100 dans l'ensemble du pays. Si ces écarts de pourcentage semblent relativement faibles, il faut bien réaliser qu'une variation de un pour cent correspond à environ 30 000 consommateurs additionnels dans les groupes de la région en mesure d'acheter des produits de détail importés.

Un autre élément contribuant au dynamisme relatif des marchés de consommation est que les travailleurs de l'ouest ont des revenus supérieurs à la moyenne nationale. Le recensement mesure les revenus en multiples du salaire minimum.

Ce sont essentiellement les travailleurs ayant un revenu supérieur qui achètent les produits de détail importés. Dans l'ouest, en 1990, il y avait au-delà de 600 000 personnes gagnant plus de trois fois le salaire minimum. Cela représentait environ 21,3 pour 100 de la population active en termes économiques, contre 17,4 pour 100 pour l'ensemble du pays.

On estime que 521 000 personnes, environ 19 pour 100 de la population active en termes économiques, gagnent entre deux et trois fois le salaire minimum. Ce chiffre se compare à 15 pour 100 pour l'ensemble du pays. À l'échelle nationale, 26,5 pour 100 gagnent moins que le salaire minimum contre 18,1 pour 100 dans l'ouest. Le salaire minimum pour la ville de Guadalajara et sa banlieue est de 20,05 pesos mexicains par jour et de 19,05 pesos mexicains ailleurs dans la région.

LES MARCHÉS DU SECTEUR PUBLIC

LA SITUATION POLITIQUE

L'un des éléments favorables à l'investissement étranger dans l'État de Jalisco est l'arrivée au pouvoir du *Partido Acción Nacional (PAN)*, Parti d'action nationale, à la tête de l'État et du gouvernement municipal de Guadalajara en 1994. La vie politique mexicaine, dominée par le *Partido Revolucionario Institucional (PRI)*, Parti révolutionnaire institutionnel, depuis près de soixante-dix ans, est dominée par des politiciens professionnels. Par opposition, les gouvernements du *PAN* sont composés essentiellement de gens d'affaires. Le *PAN* a pour objectif essentiel l'élimination de la corruption et la mise en place d'une réglementation transparente. Ce seront là des questions dominantes pour les élections de l'État de 1997 et pour les élections fédérales de l'an 2000.

Le *PAN* a apporté des changements profonds dans l'État de Jalisco et à Guadalajara. Il fallait autrefois jusqu'à trois mois pour obtenir des permis d'investissement qui sont maintenant remis en quelques heures. Le parti a également rompu les liens traditionnels entre le gouvernement et les familles de l'élite. Il a également décidé d'accorder en priorité son aide aux PME. Cela a réduit la favoritisme et fait apparaître un milieu dans lequel les sociétés étrangères peuvent faire concurrence de façon juste pour les marchés publics. Les projets d'investissements étrangers de taille moyenne ne sont plus paralysés par la bureaucratie gouvernementale.

Il est encore trop tôt pour savoir si le *PAN* étendra son pouvoir aux autres parties de la région. Des éléments modernes du *PRI* travaillent fort pour faire le nettoyage au sein de leur propre parti. Celui-ci et sa bureaucratie sont encombrés par des politiciens d'une autre époque qui ont obtenu leur pouvoir à une ère de protectionnisme et de grandes entreprises nationalisées. Cela n'a toutefois pas empêché les technocrates du *PRI* moderne de faire d'importantes réformes comme dans les États d'Aguascalientes et du Nuevo León. Quel que soit le parti qui l'emporte, les conditions offertes aux investissements étrangers devraient s'améliorer.

Les marchés des États sont souvent accessibles aux sociétés étrangères, même si ce n'est pas une exigence de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA). Le secteur public de l'État de Jalisco offre également de bonnes possibilités avec l'arrivée au pouvoir du nouveau gouvernement du *Partido Acción Nacional (PAN)*, Parti d'action nationale. Le patronage est maintenant beaucoup moins marqué et les possibilités pour les étrangers sont plus importantes qu'avec les gouvernements précédents. Le nouveau gouvernement voit dans un processus d'attribution de marchés publics transparent une façon d'obtenir les prix les plus concurrentiels possible.

Les marchés de moins de 6 000 pesos mexicains sont passés à la discrétion de l'acheteur et il n'est pas nécessaire de lancer des appels d'offres. Entre 6 000 et 400 000 pesos mexicains, il y a des invitations directes à soumissionner adressées à des sociétés. Des sociétés étrangères peuvent être invitées à le faire mais ce n'est pas courant. Les achats d'un montant entre 400 000 et 4 millions de pesos mexicains sont examinés par un conseil des achats et les probabilités sont beaucoup plus importantes que des fournisseurs étrangers soient invités à faire des offres, en particulier pour des produits spécialisés. Les contrats d'achat d'un montant supérieur à 4 millions de pesos mexicains doivent être signés par le gouverneur de l'État et ils font l'objet d'appels d'offres publics ouverts aux étrangers. L'État réserve 20 pour 100 de ses achats aux PME de l'État de Jalisco.

DÉMÉNAGER DANS LA RÉGION DE GUADALAJARA

La plupart des sociétés canadiennes qui ont réussi au Mexique ont pénétré ce marché en constituant des partenariats ou des coentreprises avec des entreprises locales.

D'après des observateurs locaux, il y a de nombreuses possibilités de débouchés pour les sociétés canadiennes qui veulent jouer un rôle dans le développement de la région de Guadalajara.

Sergio A. García de Alba Zepeda, secrétaire du développement économique de l'État de Jalisco, estime que ce sont les secteurs de l'agroalimentaire, des mines et des technologies environnementales qui offrent les meilleurs débouchés aux sociétés canadiennes. «Les entreprises canadiennes ont la bonne taille pour constituer des coentreprises avec des sociétés de l'État de Jalisco dit-il. Les entreprises américaines sont souvent trop grosses et intimident les entreprises locales de taille moyenne. L'État de Jalisco investira dans 80 usines de traitement de l'eau au cours des quatre années à venir. Voilà une possibilité précise de participation pour les entreprises canadiennes.»

Hans E. Neufeld, le vice-président de la Chambre de commerce de Guadalajara, ajoute que la correspondance entre les besoins de la région et les capacités de l'Ontario sont particulièrement bonnes. «L'avenir de la région de Guadalajara se trouve dans l'industrie légère. L'Ontario est un leader dans ce domaine. Il me semble que l'avenir est prometteur entre la province de l'Ontario et l'État de Jalisco.»

Pour tirer parti de ces possibilités, les sociétés canadiennes doivent se donner une meilleure visibilité locale. Le Canada a une excellente image dans la région mais les gens manquent le plus souvent d'information. M. Neufeld précise que «le Canada doit faire un effort plus marqué de promotion de ses capacités de prestataire de services de haute technologie et pas seulement comme un grand pays de nature

sauvage et producteur de matières premières.» Il ajoute que les Mexicains et les Canadiens se connaissent encore très mal.

Le nouveau consulat du Canada à Guadalajara a déjà aidé à corriger cette perception. En 1996, huit des dix missions commerciales nord-américaines dans la région venaient du Canada, un renversement par rapport à la situation de 1995. Le Canada se distingue d'autres pays en ce sens que les responsables du commerce reconnaissent que l'exportation et l'investissement vont de pair au Mexique. Jennifer Daubeny, le consul canadien, affirme que «l'État de Jalisco a très bien accueilli les sociétés canadiennes et le consulat. À la différence des autres consulats de la région, nous incitons les entreprises canadiennes à exporter et à investir à la fois dans l'État de Jalisco.»

Les sociétés canadiennes implantées dans l'ouest du Mexique sont entre autres Mitel, Teck et Cominco. D'autres étudient actuellement les possibilités de s'y implanter. Les projets récents ont mis l'accent sur les télécommunications, l'électronique, les plastiques et l'immobilier, en particulier à Chapala et à Puerto Vallarta. La participation des sociétés canadiennes aux foires commerciales à venir dans la ville de Guadalajara améliorera encore la visibilité du pays.

M. Neufeld estime également que les entreprises canadiennes doivent devenir plus agressives. «On a l'impression que les entreprises canadiennes sont prudentes par rapport aux investisseurs américains et européens, dit-il. Il y a beaucoup de possibilités de compatibilité entre le Canada et l'État de Jalisco. Les entreprises canadiennes doivent se familiariser avec les différences régionales au Mexique et être prêtes à prendre davantage de risques, même si ceux-ci sont réduits.»

DÉPENSES PUBLIQUES : REVENUS DE L'ÉTAT ET DES MUNICIPALITÉS DE JALISCO EN 1993

Poste	État Milliers de pesos mexicains	Municipalités Milliers de pesos mexicains
Dépenses administratives	1 659 877	951 340
Direction administrative	490 365	397 241
Sécurité publique	62 612	157 820
Santé publique	183 418	33 169
Éducation publique	858 736	25 347
Activités culturelles	—	53 754
Sécurité sociale	—	12 672
Tenue de livres publics	—	2 318
Autres	64 746	269 019
Travaux publics et développement	409 884	398 514
Travaux publics	409 884	349 909
Développement	—	48 605
Transferts	597 058	72 800
Subventions	29 775	45 932
Aide	—	2 601
Actions et revenus financiers	567 283	24 267
Dette publique	152 315	91 845
Encaisse	78 508	75 806
Comptes à recevoir	5 272 539	2 780
Total	8 170 181	1 593 085

Source : Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, Dirección General de Estadística.

OÙ OBTENIR DE L'AIDE ADDITIONNELLE

MINISTÈRES ET SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU CANADA

MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE INTERNATIONAL (MAÉCI)

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

InfoCentre

Téléphone : 1 800 267-8376 ou (613) 944-4000
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 Direction du Mexique du Secteur de l'Amérique latine et des Antilles s'occupe de la promotion des échanges commerciaux avec le Mexique. Il y a plusieurs délégués commerciaux à l'Ambassade du Canada à Mexico ainsi qu'aux consulats de Monterrey et de Guadalajara. Les délégués commerciaux peuvent fournir toute une gamme de services, comme présenter les sociétés canadiennes à d'éventuels clients au Mexique, fournir des conseils sur les canaux de commercialisation, aider ceux qui souhaitent participer à des foires commerciales, contribuer à trouver des sociétés mexicaines qui conviennent comme agent et compiler des renseignements de crédit et d'affaires sur les éventuels clients étrangers.

Le Secteur de l'Amérique latine et des Antilles — Direction du Mexique (LMR)

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Édifice Lester B. Pearson
125, prom. Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 996-5547
Télécopieur : (613) 996-6142

CENTRES DE COMMERCE INTERNATIONAL (CCI)

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.

Terre-Neuve

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

Île-du-Prince-Édouard

Centre de commerce international
Mail Confederation Court
134, rue Kent, bureau 400
C. P. 1115
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard) C1A 7M8
Téléphone : (902) 566-7443
Télécopieur : (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Centre de commerce international
1801, rue Hollis, 5^e étage
C. P. 940, succursale postale «M»
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 2V9
Téléphone : (902) 426-7540
Télécopieur : (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Centre de commerce international
1045, rue Main, unité 103
C. P. 1210
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 1H1
Téléphone : (506) 851-6452
Télécopieur : (506) 851-6429

Québec	Centre de commerce international 5, Place Ville-Marie, bureau 800 Montréal (Québec) H3B 2G2 Téléphone : (514) 283-6328 Télécopieur : (514) 283-8794
Ontario	Centre de commerce international Édifice Dominion Public 1, rue Front ouest, 4 ^e étage Toronto (Ontario) M5J 1A4 Téléphone : (416) 973-5053 Télécopieur : (416) 973-8161
Manitoba	Centre de commerce international 400, av. St. Mary, 4 ^e étage C. P. 981 Winnipeg (Manitoba) R3C 4K5 Téléphone : (204) 983-5851 Télécopieur : (204) 983-3182
Saskatchewan	Centre de commerce international Édifice S. J. Cohen 119, 4 ^e Avenue sud, bureau 401 Saskatoon (Saskatchewan) S7K 5X2 Téléphone : (306) 975-5315 Télécopieur : (306) 975-5334 Centre de commerce international 1919, ch. Saskatchewan, 6 ^e étage Regina (Saskatchewan) S4P 3V7 Téléphone : (306) 780-6124 Télécopieur : (306) 780-6679
Alberta	Centre de commerce international Place Canada 9700, av. Jasper, pièce 540 Edmonton (Alberta) T5J 4C3 Téléphone : (403) 495-2944 Télécopieur : (403) 495-4507 Centre de commerce international 510, 5 ^e Rue s.-o., bureau 1100 Calgary (Alberta) T5P 3S2 Téléphone : (403) 292-6660 Télécopieur : (403) 292-4578
Colombie-Britannique	Centre de commerce international 300, rue West Georgia, bureau 2000 C. P. 11610 Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 6E1 Téléphone : (604) 666-0434 Télécopieur : (604) 666-0954

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

**Le bureau de Vancouver dessert également le Yukon.*

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

Exportations WIN est un système informatisé conçu par le MAÉCI pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à faire correspondre les besoins qu'ils y constatent aux capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit aux utilisateurs 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 à (613) 944-4WIN (4946); pour s'inscrire au réseau Exportations WIN, téléphonez au (613) 996-2057, ou télécopiez au 1 800 667-3802 ou (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. Parmi les activités admissibles, citons :

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

Pour obtenir des renseignements de nature générale, téléphoner à l'InfoCentre au 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 de 13 succursales régionales du Bureau fédéral de développement régional, BFDR (Q).

FINANCEMENT INTERNATIONAL

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

Direction des finances internationales

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

125, prom. Sussex

Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Téléphone : (613) 944-0910

Télécopieur : (613) 943-1100

PROGRAMME D'APPORTS TECHNOLOGIQUES (PAT)

Géré par le MAÉCI et pris en charge localement par le Programme d'aide à la recherche industrielle (PARI) du 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. Industrie Canada (IC) contribue également à la promotion de ce programme. Les agents de celui-ci répondent aux demandes visant à déterminer l'origine et les possibilités de technologie pour instaurer la coopération entre des entreprises canadiennes et étrangères. Ce programme viendra également en aide aux sociétés canadiennes qui procèdent à des visites exploratoires à l'étranger afin de dépister les technologies étrangères qui les intéressent et de négocier leur acquisition. Pour de plus amples renseignements, téléphonez au (613) 993-5326.

INDUSTRIE CANADA (IC)

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

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

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

Les bureaux régionaux d'IC offrent les avantages particuliers suivants :

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

Centre de services aux entreprises

Industrie Canada

235, rue Queen, 1^{er} étage, Tour est

Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Téléphone : (613) 941-0222

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

STRATEGIS

Strategis est le plus important site Web du gouvernement du Canada. On y trouve l'information la plus récente sur divers secteurs industriels, sur les débouchés à l'exportation et sur les capacités des entreprises en plus d'y avoir accès à des renseignements commerciaux sur les marchés internationaux et à des contacts d'affaires par le biais d'Internet. On y traite également de nouvelles technologies et de procédés de pointe, de services d'experts-conseils en gestion ou en mise en marché, de programmes gouvernementaux, d'études microéconomiques et d'une foule d'autres sujets. Strategis dépasse ces ressources en assurant de plus un accès rapide aux experts d'Industrie Canada. Les entrepreneurs canadiens peuvent consulter le site pour obtenir des renseignements sur les débouchés éventuels au Canada et ailleurs dans le monde, les technologies de pointe, les alliances déterminantes, les ressources de formation et les programmes gouvernementaux. Le Réseau international d'information d'affaires, accessible sur le site, contient des renseignements de première main sur les produits en demande, la situation des marchés, la concurrence et les débouchés d'affaires à l'étranger.

Strategis

Industrie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-5031
Télécopieur : (613) 954-1894
Internet : <http://www.hotline.service@strategis.ic.gc.ca>

Direction générale de l'information stratégique

Industrie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-5031
Télécopieur : (613) 954-1894

REVENU CANADA

Le Bureau des services d'administration des politiques commerciales de Revenu Canada donne des renseignements sur l'ALÉNA en français, en anglais et en espagnol. On peut également se procurer les publications de Revenu Canada et les avis des douanes en téléphonant ou en télécopiant au Bureau de renseignements sur l'ALÉNA.

Bureau de renseignements sur l'ALÉNA

Revenu Canada, Bureau des services d'administration des politiques commerciales
555 av. Mackenzie, 1^{er} étage
Ottawa (Ontario) K1A 0L5
Téléphone : 1 800 661-6121, ou (613) 941-0965
Télécopieur : (613) 952-0022

AGENCE CANADIENNE DE DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL (ACDI)

Une source importante de financement éventuel des entreprises canadiennes au Mexique est le fonds spécial disponible par le canal de l'ACDI dans le cadre du Programme de coopération industrielle. Ce programme vise à inciter les sociétés du secteur privé canadien à établir des relations d'affaires à long terme comme des coentreprises ou à conclure des accords de licence dans des pays en développement en les soutenant financièrement. Le PCI appuie donc le développement des liens avec le secteur privé mexicain. Il encourage les sociétés canadiennes qui échangent leurs compétences et leurs expériences avec des partenaires au Mexique et dans d'autres pays. Toute une série de mécanismes du PCI 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 du PCI aident les entreprises canadiennes admissibles à réaliser des études et fournissent des conseils professionnels aux clients éventuels. Quand un projet concerne l'amélioration de l'environnement, le transfert de technologie, l'aide au développement pour les femmes, la formation ou la création d'emplois, il est fortement recommandé de s'adresser à l'ACDI dès le début du projet. Un critère important pour l'ACDI est que le projet crée des emplois au Mexique sans en menacer d'autres au Canada. En vérité, la plupart des projets qui ont reçu l'aide de l'ACDI ont entraîné des augmentations nettes d'emplois au Canada. Pour plus d'information, communiquez avec la :

Direction de la coopération industrielle

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

AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE (APÉCA)

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

L'APÉCA vient en aide aux entreprises qui veulent développer leurs marchés actuels en élaborant des plans de commercialisation. Les efforts de l'agence portent sur le suivi des possibilités commerciales découlant de l'évolution économique mondiale ainsi que sur des communications visant à promouvoir la région, des missions commerciales et des activités connexes et une meilleure coordination avec

les organismes fédéraux et provinciaux qui ont un rôle à jouer dans les domaines des possibilités commerciales et des investissements. Pour de plus amples renseignements :

Agence de promotion économique du Canada atlantique

Centre Blue Cross

644, rue Main

C. P. 6051

Moncton (Nouveau-Brunswick) E1C 9J8

Numéro sans frais : 1 800 561-7862

Télécopieur : (506) 851-7403

BUREAU FÉDÉRAL DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL (QUÉBEC)

Le Bureau fédéral de développement régional (Québec), BFDR (Q), est une agence fédérale de développement économique régional. Par son engagement à offrir un service adapté à ses clients, le BFDR (Q) appuie le développement du potentiel économique des régions du Québec et la création d'emplois viables en favorisant un climat d'affaires qui permet à la PME de se développer et de prospérer. Le BFDR (Q) canalise l'expertise pertinente et recherchée de l'appareil fédéral pour l'arrimer à l'esprit d'entreprise des québécois et des québécoises de toutes les régions et pour améliorer leur position concurrentielle. Il cherche aussi, par ses actions structurantes et les partenariats du milieu, à améliorer le climat des affaires, élément essentiel à la croissance des PME.

Le BFDR (Q) est un point d'accès privilégié aux services et programmes fédéraux offerts à la PME, notamment dans les domaines de l'innovation, de la recherche et du développement (R-D), du design, du développement des marchés et de l'entrepreneuriat. Ainsi le BFDR (Q) donne accès par le biais de ses 13 bureaux d'affaires CENTRACCÈS PME aux services et programmes d'Équipe Canada en matière d'exportation, que ce soit pour la sensibilisation et la préparation à l'exportation, l'information, la mise en réseau, l'aide et les conseils, le financement ou l'accès au financement.

En matière d'accès au financement, le PMDE, exception faite du volet sur la préparation des soumissions pour les projets, est livré à partir des CENTRACCÈS PME. IDÉE-PME, un programme du BFDR (Q), peut également appuyer les entreprises dans leur démarche à l'exportation. De plus, par le biais d'alliances avec les banques, les conseillers des CENTRACCÈS PME peuvent faciliter l'accès au financement pour les projets de stratégie de commercialisation à l'étranger.

CENTRACCÈS PME

Abitibi et Témiscamingue

906, 5^e Avenue

Val d'Or (Québec) J9P 1B9

Téléphone : (819) 825-5260

Télécopieur : (819) 825-3245

CENTRACCÈS PME

Bas Saint-Laurent, Gaspésie et Îles-de-la-Madeleine

212, rue Belzile, bureau 200

Rimouski (Québec) G5L 3C3

Téléphone : (418) 722-3282

Télécopieur : (418) 722-3285

CENTRACCÈS PME

Bois-Francis

Place du Centre

150, rue Marchand, bureau 502

Drummondville (Québec) J2C 4N1

Téléphone : (819) 478-4664

Télécopieur : (819) 478-4666

CENTRACCÈS PME

Côte Nord

701, boul. Laure, bureau 202B

C. P. 698

Sept-Îles (Québec) G4R 4K9

Téléphone : (418) 968-3426

Télécopieur : (418) 968-0806

CENTRACCÈS PME

Estric

1335, rue King ouest, bureau 303

Sherbrooke (Québec) J1J 2B8

Téléphone : (819) 564-5904

Télécopieur : (819) 564-5912

CENTRACCÈS PME

Île de Montréal

800, Tour de la Place Victoria, bureau 3800

C. P. 247

Montréal (Québec) H4Z 1E8

Téléphone : (514) 283-2500

Télécopieur : (514) 496-8310

CENTRACCÈS PME

Laval, Laurentides et Lanaudière

Tour du Triomphe II

2540, boul. Daniel-Johnson, bureau 204

Laval (Québec) H7T 2S3

Téléphone : (514) 973-6844

Télécopieur : (514) 973-6851

CENTRACCÈS PME

Mauricie

Immeuble Bourg du Fleuve

25, rue des Forges, bureau 413

Trois-Rivières (Québec) G9A 2G4

Téléphone : (819) 371-5182

Télécopieur : (819) 371-5186

CENTRACCÈS PME

Montérégie

Complexe Saint-Charles

1111, rue Saint-Charles ouest, bureau 411

Longueuil (Québec) J4K 5G4

Téléphone : (514) 928-4088

Télécopieur : (514) 928-4097

CENTRACCÈS PME

Nord du Québec
800, Tour de la Place Victoria, bureau 3800
C. P. 247
Montréal (Québec) H4Z 1E8
Téléphone : (514) 283-5174
Télécopieur : (514) 283-3637

CENTRACCÈS PME

Outaouais
259, boul. Saint-Joseph, bureau 202
Hull (Québec) J8Y 6T1
Téléphone : (819) 994-7442
Télécopieur : (819) 994-7846

CENTRACCÈS PME

Québec, Chaudière et Appalaches
905, av. Dufferin, 2^e étage
Québec (Québec) G1R 5M6
Téléphone : (418) 648-4826
Télécopieur : (418) 648-7291

CENTRACCÈS PME

Saguenay et Lac-Saint-Jean
170, rue Saint-Joseph sud, bureau 203
Alma (Québec) G8B 3E8
Téléphone : (418) 668-3084
Télécopieur : (418) 668-7584

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

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

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

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

L'un des nouveaux produits axé sur le développement des exportations offert par DÉO est le programme de personnel en commerce international, une initiative fédérale-provinciale qui relie les sociétés d'exportation de l'Ouest et les nouveaux diplômés du postsecondaire. Le programme atteint deux objectifs socioéconomiques d'importance : fournir aux entreprises le personnel supplémentaire dont elles ont besoin pour pénétrer les nouveaux marchés, et donner aux nouveaux diplômés l'occasion d'acquérir une précieuse expérience. Les projets de développement des

exportations acceptés dans le cadre de ce nouveau programme peuvent être planifiés sur une période d'une à trois années et seront admissibles à une aide financière pouvant totaliser entre 7 500 \$ pour un an et 37 500 \$ pour trois ans, par diplômé. Pour de plus amples renseignements, s'adresser à :

Diversification de l'économie de l'Ouest Canada

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

SOCIÉTÉ POUR L'EXPANSION DES EXPORTATIONS (SEE)

La SEE 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.

Les programmes de la SEE entrent dans quatre grandes catégories :

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

La SEE a établi de solides relations avec les principaux organismes des secteurs public et privé au Mexique et en Amérique latine. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la gamme de services offerts, veuillez vous adresser aux équipes suivantes :

Produits de base et semi-finis :
Téléphone : (613) 598-2823
Télécopieur : (613) 598-2525

Biens de consommation :
Téléphone : (613) 597-8501
Télécopieur : (613) 598-2525

Exportateurs débutants :
Téléphone : 1 800 850-9626
Télécopieur : (613) 598-6871

Institutions financières :
Téléphone : (613) 598-6639
Télécopieur : (613) 598-3065

Industrie forestière :
Téléphone : (613) 598-2936
Télécopieur : (613) 598-2525

Ingénierie et services professionnels :
Téléphone : (613) 598-3162
Télécopieur : (613) 598-3167

Équipement industriel :
Téléphone : (613) 598-3163
Télécopieur : (613) 597-8503

Technologies de l'information :
Téléphone : (613) 598-6891
Télécopieur : (613) 598-6858

Transport :
Téléphone : (613) 598-3164
Télécopieur : (613) 598-2504

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

Ottawa Société pour l'expansion des exportations
151, rue O'Connor
Ottawa (Ontario) K1A 1K3
Téléphone : (613) 598-2500
Télécopieur : (613) 598-6858

Vancouver Société pour l'expansion des exportations
One Bentall Centre
505, rue Burrard, bureau 1030
Vancouver (Colombic-Britannique) V7X

1M5
Téléphone : (604) 666-6234
Télécopieur : (604) 666-7550

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

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

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

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

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

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

CONSEIL NATIONAL DE RECHERCHES

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

Le réseau PARI, travaillant surtout avec les petites et moyennes entreprises canadiennes, contribue au processus de développement, d'acquisition, de mise en œuvre et d'utilisation de la technologie dans toute l'industrie canadienne. Ce réseau fournit un des conseils et un appui technique aux entreprises canadiennes depuis cinquante ans et a acquis la réputation d'être un des programmes les plus souples et les plus efficaces du gouvernement fédéral. Le PARI profite des connaissances de conseillers en technologie industrielle répartis dans 165 bureaux dans près de 90 localités, y compris de nombreux centres provinciaux de technologie, des laboratoires du Conseil de recherches même et d'instituts de recherche, les ministères du gouvernement fédéral et les agences de transfert technologique dans les universités canadiennes. Pour de plus amples renseignements, adressez-vous au :

Programme d'aide à la recherche industrielle
Conseil national de recherches du Canada
Chemin Montréal
Bâtiment M-55
Ottawa (Ontario) K1A 0R6
Téléphone : (613) 993-1790
Télécopieur : (613) 952-1079

CORPORATION COMMERCIALE CANADIENNE (CCC)

La Corporation commerciale canadienne (CCC), une société d'État, apporte une aide précieuse aux exportateurs canadiens qui vendent leurs produits ou leurs services à des gouvernements étrangers ou à des organismes internationaux. Elle joue alors le rôle d'un entrepreneur ou mandataire principal et garantit au client étranger la vente des produits ou des services canadiens.

La CCC atteste des moyens financiers et techniques de l'exportateur auprès de l'acheteur étranger et lui garantit le respect des dispositions du contrat. La participation de la CCC dans une vente constitue, pour les fournisseurs canadiens, un appui tangible de leur gouvernement. Leur crédibilité et leur capacité concurrentielle en sont rehaussées aux yeux de leurs clients étrangers. Ils sont alors souvent en mesure de négocier des dispositions contractuelles et des conditions de paiement plus avantageuses.

La CCC a récemment mis au point, en collaboration avec les institutions financières du Canada, son programme de paiements échelonnés. Ce programme rend le financement avant expédition des exportations plus accessible aux PME exportatrices. Celles-ci peuvent en effet négocier une marge de crédit auprès de leur principale institution financière qui sera affectée à une vente à l'exportation précise. Le plus souvent, le coût de cet emprunt sera comparable à celui d'une marge de crédit classique. Le programme est disponible pour les transactions faites aussi bien avec des gouvernements étrangers qu'avec des acheteurs du secteur privé.

Pour obtenir de plus amples informations sur la CCC, s'adresser à :

Corporation commerciale canadienne
50, rue O'Connor, 11^e étage
Ottawa (Ontario) K1A 0S6
Téléphone : (613) 996-0034
Télécopieur : (613) 995-2121

CONTACTS IMPORTANTS AU CANADA

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES

Le Conseil canadien pour les Amériques (CCA)

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

Conseil canadien pour les Amériques

Bureaux de la direction
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^e étage
Etobicoke (Ontario) M9W 6L9
Téléphone : (416) 798-8000
Télécopieur : (416) 798-8050

Chambre de commerce du Canada

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

Forum pour la formation en commerce international Inc.

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

Centre d'information linguistique

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

Service d'invitations ouvertes à soumissionner

C. P. 22011
Ottawa (Ontario) K1V 0W2
Téléphone : 1 800 361-4637 ou (613) 737-3374
Télécopieur : (613) 737-3643

Association canadienne de normalisation
178, boul. Rexdale
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

BUREAUX DU GOUVERNEMENT MEXICAIN AU CANADA

L'Ambassade du Mexique et les bureaux consulaires mexicains peuvent fournir de l'aide et des conseils aux sociétés canadiennes sur la façon de faire des affaires au Mexique. Pour plus d'information, veuillez vous adresser aux bureaux suivants :

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

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

AUTRES CONSULATS GÉNÉRAUX DU MEXIQUE AU CANADA

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

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

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

COMMISSIONS COMMERCIALES MEXICAINES À L'ÉTRANGER

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

BANQUES MEXICAINES AYANT DES BUREAUX AU CANADA

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

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

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

Banca Confía
150, rue York
Bureau 408
Toronto (Ontario) M5H 3A9
Téléphone : (416) 955-9233
Télécopieur : (416) 955-9227

SERVICES DU GOUVERNEMENT CANADIEN AU MEXIQUE

SECTION DES AFFAIRES COMMERCIALES

AMBASSADE DU CANADA À MEXICO

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

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

CONTACTS ADDITIONNELS AU MEXIQUE

BUREAUX DU GOUVERNEMENT MEXICAIN

Secrétariat au commerce et au développement industriel

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi)
Mariano Otero No. 3431
Col. Verde Valle
44550 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 121-1642, 0644/0668
Télécopieur : (52-3) 121-0534

Secrétariat au commerce et au développement industriel

Bureau des normes
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi)
Dirección General de Normas
Av. Puente de Tecamachalco No. 6
Col. Lomas de Tecamachalco
53950 Tecamachalco, Estado de México
Mexique
Téléphone : (52-5) 729-9300
Télécopieur : (52-5) 729-9484

Secrétariat aux affaires étrangères

Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE)
Av. R. Michel y Av. Los Angeles
Col. La Aurora
44460 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 619-3229, 650-0487, 619-7386
Télécopieur : (52-3) 650-0472

Commission mexicaine du commerce extérieur

Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)
Miguel Blanco No. 883, Sector Juárez
Col. Centro
44100 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 658-0855/0852/0215
Télécopieur : (52-3) 658-2388

Secrétariat à l'intérieur — Bureau de l'immigration

Secretaría de Gobernación — Instituto Nacional de Migración
Av. Alcalde No. 520, Palacio Federal, piso 1
Col. Centro
44280 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 614-9740/5874
Télécopieur : (52-3) 658-4625

Banque de développement du Mexique

Nacional Financiera (Nafinsa)
Av. 16 de Septiembre No. 568, piso 1
Sector Juárez, Col. Centro
44100 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 614-1617/1618
Télécopieur : (52-3) 614-7497

Secrétariat à l'environnement, aux ressources naturelles et à l'aquaculture

Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (Semarnap)

Av. México No. 3043

Col. Vallarta San Lucas, Sector Juárez

44690 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 616-9810, 615-1407/1448

Télécopieur : (52-3) 615-1446

Secrétariat aux finances et au crédit public

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

Administración Fiscal Regional del Occidente

Av. Américas No. 599, Piso 10

Col. Ladrón de Guevara

44640 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 678-7290

Télécopieur : (52-3) 630-2818

Secrétariat aux communications et au transport

Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)

Lázaro Cárdenas No. 4040, Col. Chapalita

45040 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 629-5020/5989

Télécopieur : (52-3) 122-5038

Conseil mexicain de l'investissement

Consejo Mexicano de Inversión (CMI)

Paseo de la Reforma No. 915

Col. Lomas de Chapultepec

11000 México, D.F.

Mexique

Téléphone : (52-5) 202-7804

Télécopieur : (52-5) 202-7925

Administration des douanes de la région ouest

Administración Regional de Aduanas

Justo Sierra No. 2272

Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 616-7246

Télécopieur : (52-3) 616-7246

Commission fédérale d'électricité

Comisión Federal de Electricidad (CFE)

Av. 16 de Septiembre No. 455, Planta baja

44100 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 613-1728 et 614-8740

Télécopieur : (52-3) 613-3420

Compagnie nationale de téléphone

Teléfonos de México, S.A. de C.V. (Telmex)

López Cotilia No. 1424

44270 Zapopan, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 678-3830, 679-1000

Télécopieur : (52-3) 642-8118, 641-2111

Commission nationale de l'eau

Comisión Nacional del Agua (CNA)

Calz. Federalismo Norte No. 275, Piso 2

44200 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 826-8212/4341

Télécopieur : (52-3) 827-2545

Chemin de fer national du Mexique

Ferrocarriles Nacionales de México (FNM)

Enrique Díaz de León No. 336

44171 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 626-3102

Télécopieur : (52-3) 626-3102

Société pétrolière d'État

Petróleos Mexicanos (Pemex)

Av. López Mateos Sur No. 2220

45050 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 678-2511, 647-5226

Télécopieur : (52-3) 647-5296, 647-5264

Société pétrolière d'État

Petróleos Mexicanos (Pemex)

Av. 18 de Marzo No. 208

Col. La Nogalera

44460 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 670-8439

Télécopieur : (52-3) 670-2295

Institut national de statistique, de géographie et d'informatique

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

Av. Héroe de Nacozari No. 2301 sur Edif. Sede, puerta 7, 1er nivel

Fraccionamiento Jardines del Parque

20270 Aguascalientes, Aguascalientes

Mexique

Téléphone : (52-49) 186-947

Télécopieur : (52-49) 186-945

BUREAUX DU GOUVERNEMENT DE L'ÉTAT

Secrétariat au développement économique

Secretaría de Promoción y de Desarrollo Económico del Gobierno de Jalisco (Seproe)

Av. Alcalde No. 1351, Edif. B, piso 3
44270 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 823-6259, 6206, 6624
Télécopieur : (52-3) 823-3972

Secrétariat aux finances

Secretaría de Finanzas de Jalisco

Pedro Moreno No. 281
Col. Centro
44100 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 613-4755, 614-3262
Télécopieur : (52-3) 613-7015

Secrétariat au tourisme

Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco (Sejutal)

Morelos No. 102, ler. piso, Plaza Tapatía
Col. Centro
44100 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 613-1196, 614-0123/7156
Télécopieur : (52-3) 614-4365

Conseil du développement touristique du gouvernement de Jalisco

Consejo Estatal para el Desarrollo Turístico
Aurelio Ortega No. 764
Col. Seattle
Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 656-4512/4727, 658-1257

Secrétariat au travail

Secretaría de Trabajo de Jalisco
Independencia No. 100
Col. Centro
44100 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 614-3159
Télécopieur : (52-3) 614-3159

Secrétariat au développement urbain

Secretaría de Desarrollo Urbano de Jalisco (Sedeur)

Av. Alcalde No. 1351, Edif. B, Piso 2
Col. Centro
44260 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 823-1696/5654/6989
Télécopieur : (52-3) 823-5298

Procureur général du développement urbain

Procuraduría de Desarrollo Urbano (Prodeur)

Prolongación Alcalde No. 1351, Edif. A. Sótano
Col. Miraflores
44280 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 823-8412, 854-0322
Télécopieur : (52-3) 823-8412, 854-0322

Commission d'écologie de l'État

Comisión Estatal de Ecología (Coese)

Heróico Colegio Militar No. 1111
44610 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 817-1731
Télécopieur : (52-3) 817-1731

Secrétariat au développement rural

Secretaría de Desarrollo Rural (Seder)

Av. Hidalgo No. 1435-5
Sector Hidalgo, Col. Centro
44100 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 825 84 09, 826 30 59
Télécopieur : (52-3) 826 30 59

Conseil d'investissement de l'État de Jalisco

Consejo de Inversión de Jalisco

Av. Américas No. 1619, Piso 7
44620 Guadalajara, Jalisco
Mexique
Téléphone : (52-3) 678-1980, 1981 et 1982
Télécopieur : (52-3) 678-1983

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Association des industries des maquiladoras de l'ouest

Asociación de Industrias Maquiladoras del Occidente

Blvd. Marcelino García Barragán No. 1610

Col. Atlas

44870 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 650-1031

Télécopieur : (52-3) 619-0361

Conseil des chambres industrielles de Jalisco

Consejo de Cámaras Industriales del Estado de Jalisco (CCIJ)

Manuel M. Diéguez No. 15, Sector Hidalgo

44680 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 616-0286

Télécopieur : (52-3) 615-2743

Chambre de commerce de Guadalajara

Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de Guadalajara

Av. Vallarta No. 4095

Col. Camino Real

45000 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 647-8624/9020/8200

Télécopieur : (52-3) 121-7950

Centre de commerce mondial de Guadalajara

Av. de las Rosas No. 2965

Col. Rinconada del Bosque

44540 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 671-0000

Télécopieur : (52-3) 671-0017

Commission de planification urbaine

Comisión de Planeación Urbana (Coplaur)

Av. de las Rosas No. 1297

Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 122-4389

Télécopieur : (52-3) 122-4363

Conseil national du commerce extérieur

Consejo Nacional de Comercio Exterior de Occidente (Conacex-Occidente)

Calz. Lázaro Cárdenas No. 3294, piso 2

Col. Chapalita

45040 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 121-1091/1092

Télécopieur : (52-3) 122-0460/2635

Centre des entreprises de Jalisco

Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex Jalisco)

López Cotilla No. 1465 1er Piso

Sector Juárez

44100 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 615-7285, 825-0328

Télécopieur : (52-3) 825-8181

Chambre d'industrie de Jalisco

Cámara Regional de la Industria de la Transformación del Estado de Jalisco (Careintra)

Bruselas No. 626

Col. Moderna

44190 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 610-0822, 811-1107

Télécopieur : (52-3) 811-1207

Conseil agricole de Jalisco

Consejo Agropecuario de Jalisco

Av. México No. 2819-201

Col. Vallarta Norte

44690 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 616-0355, 615-3656

Télécopieur : (52-3) 616-3118, 615-0676

Centre de formation industrielle technique

Centro de Enseñanza Técnica Industrial

Calle El Chaco No. 3223

Fraccionamiento la Providencia

44260 Guadalajara, Jalisco

Mexique

Téléphone : (52-3) 641-3250

Télécopieur : (52-3) 641-7146

Enquête auprès des lecteurs

AIDEZ-NOUS À MIEUX VOUS SERVIR

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

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

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

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

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

Nom _____

Organisme _____

Adresse _____

Tél. : _____ Téléc. : _____

Une fois rempli, veuillez nous faire parvenir ce questionnaire par télécopieur au numéro (613) 996-6142 ou adressez-le à :

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

LES DÉBOUCHÉS AU MEXIQUE :
LA RÉGION DE GUADALAJARA



LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20086709 4

DOCS

CA1 EA616 97D25 FRE

Les debouches au Mexique : la
region de Guadalajara. --

43280481



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

InfoCentre

Télocopieur : (613) 996-9709

FaxLink : (613) 944-4500

Sans frais : 1-800-267-8376

Téléphone : (613) 944-4000

Babillard 1-800-628-1581

électronique : (613) 944-1581