



Accès

• mai 1994 •

International Affairs
Affaires extérieures

OCT 1994

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

LES ENTREPRISES CANADIENNES VONT AU MARCHÉ

MEXICO — Le premier ministre du Canada et le président du Mexique ont communiqué un vibrant message à la population de leurs pays respectifs lorsqu'ils ont déclaré, au lendemain de l'assassinat de M. Colosio, en pleine crise politique, que la vie continuait et que par conséquent *Canada Expo* se déroulerait comme prévu. *Canada Expo 1994*, la plus importante exposition commerciale jamais organisée par le Canada et qui se tenait dans l'immense salle d'exposition du centre Exhibimex, à Mexico, a attiré 430 entreprises canadiennes et quelque 600 exposants à la recherche de marchés pour une gamme impressionnante de produits et services canadiens. La foire a été l'occasion d'une véritable démonstration de l'esprit d'initiative, du génie et du savoir-faire canadiens.

Les milliers de Mexicains qui ont visité *Canada Expo* ont pu examiner une multitude de produits allant de fines bouteilles de parfum à de grosses scies industrielles, en passant par des produits de tourisme et d'enseignement et du matériel de transport. Ils ont pu goûter à divers produits comme du saumon fumé, de l'eau de source, du fromage et des frites. Les kiosques qui avaient organisé des dégustations de produits ont été très populaires, à en juger par la longue file d'attente au casse-croûte.

Les exposants, venus des quatre coins du Canada, se composaient de dirigeants d'entreprises de divers secteurs, dont l'âge et l'expérience variaient considérablement. Il régnait dans la salle d'exposition une atmosphère bouillonnante d'activités, propre à susciter la curiosité et l'échange d'idées.

Les exportateurs canadiens qui ont participé à l'événement avaient divers commentaires à formuler, une fois la foire

terminée. Bien que certains aient obtenu de meilleurs résultats que d'autres, bon nombre ont indiqué qu'ils avaient trouvé l'expérience enrichissante. Quelques-uns ont affirmé que cette foire ne répondait pas à leurs attentes, du moins pour le moment, mais personne n'a dit regretter y être venu pour s'en rendre compte sur place.

Pour Martin Lavoie, de *Canada Pure Water Company Ltd.* de Toronto, *Canada Expo* a été un franc succès. «Grâce à cette foire, des Mexicains ont manifesté un intérêt pour nos produits», a-t-il affirmé. Cette société participe à de nombreuses foires commerciales aux États-Unis et au Mexique, mais c'est à *Canada Expo* qu'elle a obtenu le plus important contrat jamais conclu en dehors des États-Unis. À titre de fabricant de boissons gazeifiées, *Canada Pure* envisage de sous-traiter et aimerait offrir un service d'exploitation clés en main dans un avenir prochain.

Nouveau venu sur le marché mexicain, *Breakwater Books Ltd.* de St. John's, a également «suscité l'intérêt de nombreux Mexicains», nous dit son président, Clyde Rose. Cette société publie des livres destinés aux établissements d'enseignement canadiens, mais produit aussi, en collaboration avec *IDON Corporation*, un logiciel connu sous le nom de «Softwaves», pour l'enseignement assisté par ordinateur. M. Rose a participé à *Canada Expo* essentiellement dans le but de lancer ce produit. «Nous offrons un produit que l'on peut modifier en fonction des besoins des clients en matière de programmes d'enseignement; cet outil constitue un excellent moyen de relever les normes technologiques», a-t-il ajouté. Avant de se rendre à Mexico, M. Rose a fait parvenir divers catalogues, dépliants et facsimilés à plusieurs

clients mexicains intéressés, en prévision des rencontres planifiées avec eux. «Nous avons fixé plusieurs autres rendez-vous sur place», a-t-il indiqué. Il a conclu en disant avoir atteint, en venant à Mexico, l'essentiel de l'objectif qu'il s'était fixé, soit établir des contacts.

Les Parfums Simon Chang, de Montréal, ont aussi fait très bonne figure. «Nous avons atteint nos objectifs puisque nous avons établi des contacts avec les trois principales chaînes de magasins à rayons du pays», a déclaré un représentant de la société, Alain Quintal. «Comme certains clients ont manifesté un réel intérêt pour nos produits, nous avons décidé d'organiser, à la fin du printemps et en été, des démonstrations de nos produits dans divers magasins. Ainsi, nous comptons réaliser des ventes directes en octobre et en novembre, soit juste au moment de la période des Fêtes.» Le kiosque de *Simon Chang* a aussi attiré de nombreux visiteurs désireux de faire l'essai du parfum haut de gamme «Kimono» ou de se voir remettre un échantillon de produit dans un emballage attrayant.

Pour Dawn Sullivan de *Med-I-Pant*, société torontoise, la foire n'a pas donné les résultats escomptés. La société pour laquelle travaille M^{me} Sullivan fabrique des produits pour les patients hospitalisés souffrant d'incontinence. Cette société, qui souhaite étendre ses marchés, détient 85 p. 100 du marché canadien et compte également de nombreux clients aux États-Unis. «Nous ne sommes pas encore prêts, a-t-elle indiqué, à percer ce marché. Nous avons pensé que cet événement serait pour nous une occasion d'établir des contacts, d'évaluer les possibilités

Voir page III — **Canada**

Les camionneurs ont accès au Mexique

MEXICO — Le transport transfrontalier des marchandises : une question qui a fait du chemin. Les camionneurs canadiens pourront dorénavant franchir les frontières mexicaines, grâce à une entente conclue récemment entre le Canada et le Mexique, comme l'a annoncé l'ambassadeur du Canada au Mexique, M. David Winfield, à l'ouverture de *Canada Expo 1994*.

Le protocole d'entente selon lequel les camionneurs canadiens peuvent maintenant parcourir jusqu'à 20 kilomètres sur le territoire mexicain, est entré en vigueur le 1er mars. Ainsi, les camionneurs en provenance du Canada peuvent maintenant prendre des marchandises aux États-Unis en vue de les décharger au Mexique et, ce qui est mieux encore, prendre des marchandises au Mexique et les distribuer aux États-Unis et au Canada au retour. Comme le volume de marchandises transportées par camion depuis le Mexique jusqu'au Canada est relativement faible, il est beaucoup plus rentable pour les camionneurs de pouvoir ramener aussi des produits destinés au marché américain. Les camionneurs canadiens sont les premiers à avoir accès au marché mexicain.

Bien que certains camionneurs américains se soient plaints de l'avantage

concurrentiel que cet accord procure au Canada, des représentants canadiens croient que l'entente est tout à fait équitable, compte tenu du fait que les camionneurs américains peuvent déjà expédier et au Canada et au Mexique, grâce à leur situation géographique. Auparavant, lorsque les camions canadiens devaient faire demi-tour à la frontière américaine, ils étaient soumis à des règlements sur le cabotage qui leur interdisaient de décharger des marchandises aux États-Unis.

Dans moins de deux ans, soit le 17 décembre 1995, les camionneurs des pays signataires de l'ALENA pourront circuler librement dans presque toutes les régions d'Amérique du Nord.

«C'est une grande victoire pour l'industrie canadienne du camionnage», a déclaré M. Gilles Bélanger, président de l'Association canadienne du camionnage. «Les entreprises canadiennes de camionnage sont maintenant en meilleure position pour servir les fabricants et répondre à la demande croissante de services de transport entre le Canada et le Mexique. Auparavant, nous étions perdants, puisque les camions revenaient à vide au Canada. Avec cette nouvelle entente, la situation des camionneurs ne peut que s'améliorer. Notre commerce avec le Mexique

est en pleine expansion, mais il ne pourra prendre de l'essor sans l'instauration d'un système de transport adéquat.

Plusieurs entreprises canadiennes de camionnage sont prêtes à tirer parti au maximum de cette nouvelle entente. «C'est très bon pour nous», a affirmé Russel Marcoux, président de *N. Yanke Transfer*, de Saskatoon. «L'entente nous ouvre les portes d'un tout nouveau territoire, puisque nous avons dorénavant accès aux États-Unis à partir du Mexique.» M. Marcoux s'est récemment rendu à Dallas, au Texas, afin d'analyser les possibilités offertes par cet État frontalier. À son avis, *N. Yanke*, qui expédie déjà aux États-Unis, est prête à établir une présence sur ce marché et ouvrira probablement un bureau pour s'occuper des affaires de la société au Mexique.

M. Marcoux était à Mexico au moment de *Canada Expo*, avec d'autres représentants du secteur. «Il existe de grandes possibilités d'association avec les Mexicains, car ils possèdent l'infrastructure nécessaire.»

Au moment de l'entrée en vigueur du protocole d'entente sur le camionnage, un accord de réciprocité a été conclu en matière de permis commerciaux. Ainsi, les permis canadiens valides sont maintenant reconnus au Mexique.

Mexique : Les règles c'est du sérieux

Formalités, documents, paperasse... Depuis l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain, les exportateurs s'attendent sans doute à ce que leurs produits entrent plus facilement au Mexique. Pourtant, les règles demeurent les règles, et leur application reste rigoureuse — c'est ce qu'un certain nombre de nos entreprises participant à *Canada Expo 1994* ont appris à leurs dépens.

La plupart des exposants ont reçu leur matériel à temps, mais certains ont éprouvé des problèmes, une partie des envois ayant été retardée; il semble que dans la plupart de ces cas les exigences en matière de documentation douanière n'aient pas été strictement respectées.

En ce moment, plusieurs groupes de travail institués en vertu de l'ALENA étudient les procédures douanières et les exigences en matière de documentation ayant cours dans les trois pays

signataires afin de parvenir à une harmonisation; toutefois, tant que des modifications n'auront pas été apportées, les exportateurs canadiens devront continuer à se soumettre aux dispositions rigoureuses que le Mexique applique à l'entrée des marchandises étrangères.

Environ 60 des quelque 430 entreprises participant à *Canada Expo 1994* ont connu des difficultés quelconques à prendre livraison de leurs échantillons, de leur matériel d'étalage ou de leurs maquettes. À la fin de la foire, seules dix entreprises n'avaient pas encore reçu la totalité ou la plupart de leurs articles des douanes mexicaines. Heureusement, ces problèmes d'expédition n'ont pu faire ombre au franc succès obtenu par les exposants. Pourtant, les salles du centre Exhibimex ont bourdonné de questions pointues; le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) est en quête de réponses.

Les premières constatations indiquent le principal coupable : une documentation incorrecte. Par négligence, par omission ou dans la hâte des préparatifs, dans la plupart des cas où des envois ont été retardés, les documents d'expédition ne décrivaient pas avec exactitude les marchandises en cause. Un envoi de cinq unités dont la documentation porte la mention «trois», voilà qui éveille la suspicion des douaniers de tout pays, peu importe le caractère bénin de l'erreur. Certains envois de produits agro-alimentaires n'étaient pas accompagnés des certificats sanitaires requis (qu'Agriculture Canada fournit à la demande des exportateurs). Au moins un jeu de documents portait en deux endroits la signature d'un dirigeant de l'entreprise expéditrice, mais chaque fois apposée manifestement par une main

Voir page III — Règles

Règles — suite de la page II

différente. Si un réceptionnaire canadien supposera volontiers que l'une des deux signatures est le fait d'un assistant agissant pour son supérieur (même en l'absence de la mention «pour»), l'on comprendra que les douaniers mexicains soient restés perplexes.

Le MAECI profite de l'occasion pour rappeler aux exportateurs qu'au Mexique les exigences en matière de documentation douanière sont suivies à la lettre; ces exigences sont claires et précises, et tous peuvent obtenir l'information nécessaire. Les plus malchanceux de nos exposants ont été ceux qui, ayant rempli toutes les formalités, ont vu la livraison de leurs marchandises retardée parce qu'elles faisaient partie de chargements regroupés avec les produits d'entreprises fautives.

Pour convaincre les exposants de l'importance d'une documentation méticuleuse, le MAECI avait organisé des séminaires et même publié un guide de l'exposant; à l'heure actuelle, ses responsables se penchent sur ce qu'il y a lieu de faire d'ici la prochaine grande foire pour que tous prennent les formalités d'expédition au sérieux.

Les transitaires sont en train, eux aussi de réexaminer leurs méthodes. Auraient-ils dû être plus sévères à l'endroit des exposants, aller jusqu'à ouvrir chaque colis et en comparer le contenu aux documents? Peut-être ont-ils été trop indulgents, ne voulant pas décourager les éventuels exportateurs. Le MAECI étudiera avec grand soin les constatations et les

Canada — suite de la page I

commerciales de nos produits et de nous renseigner sur les méthodes de financement et le système mexicain de soins de santé. Toutefois, nous avons constaté que ce n'était pas tout à fait la place pour une entreprise comme la nôtre. Nous aurions dû faire une étude de marché plus poussée avant de venir à *Canada Expo*.» Toutefois, M^{me} Sullivan a indiqué avoir beaucoup aimé l'expérience, même si dans l'immédiat elle n'a pas été profitable pour son entreprise. «Il y avait foule, mais je considère que nous

recommandations que lui transmettront les transitaires.

Après son examen, le Ministère prendra les mesures nécessaires pour faire connaître le fait que les douaniers mexicains n'acceptent pas de demi-mesures en matière de formalités de documentation : les documents doivent absolument être complets, exacts et uniformes. Certains exportateurs l'auront appris à leurs dépens, d'autres auraient tout intérêt à consulter leurs collègues à ce sujet. Dans un premier temps, le MAECI a préparé un guide sur les règles d'exportation au Mexique et les documents d'expédition, dont on peut se procurer un exemplaire en s'adressant à InfoCentre, au 1-800-267-8376.

Ceux que le commerce avec le Mexique intéresse seront encouragés d'apprendre que le groupe de travail trilatéral sur les procédures douanières

s'est réuni récemment et qu'il s'occupe de problèmes ponctuels tout aussi bien que de son mandat à plus long terme d'en arriver à l'harmonisation des formalités. De son côté, *Revenu Canada*, en collaboration avec l'Association des agents-courtiers internationaux et la Société canadienne des courtiers en douane, présente une série de séminaires portant sur les questions de douanes et d'accise dans les activités d'exportation vers les États-Unis et le Mexique. Pour de plus amples renseignements sur ces séminaires dans votre région, on peut communiquer avec la ligne sans frais de Revenu Canada sur l'ALENA, au 1-800-661-6121.

Nombre d'exportateurs s'étonnent de l'ampleur de la documentation requise pour l'expédition de toute marchandise au Mexique, à plus forte raison s'ils ont déjà exporté vers des pays moins tatil-

lons. Rappelons à tous que, si chacun prend la peine de remplir les formalités dès son premier envoi, les expéditions subséquentes ne leur imposeront que des modifications de détail pour que leurs produits entrent au Mexique sans délai. Ces questions figurent à l'ordre du jour d'un groupe de travail ou l'autre. Il vaut mieux se convaincre que les procédures douanières sont là pour être scrupuleusement respectées, où que ce soit. Il est à espérer que les sous-groupes de l'ALENA travaillant à la rationalisation des procédures douanières, en particulier les exigences en matière de documentation, apprécieront correctement l'urgence de l'harmonisation que les exportateurs appellent de tous leurs vœux.

Événements à venir

DÉLÉGATION ET SALON CANADIEN SUR LA GESTION DES DÉCHETS SOLIDES — Centre de services aux entreprises canadiennes, Mexico, et séminaires à Guadalajara et Monterrey, juillet 1994.

EXPO ALIMENTOS (Monterrey, stand national), août 1994 — Foire portant sur la transformation des aliments, le conditionnement, l'étiquetage et l'emballage, organisée en collaboration avec Investissement Canada et les associations sectorielles.

EXPO SPORT (Mexico, kiosque d'information), août 1994 — Foire commerciale des articles de sports et de loisirs. On peut obtenir des détails auprès de la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, fax : (613) 944-0479.

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

y avons un peu perdu notre temps, car nous n'avons pas pu nous asseoir et discuter avec les bonnes personnes. C'est entièrement de notre faute; quand nous avons décidé de participer à la foire, nous ne savions pas très bien à quoi nous attendre. Nous aurions dû nous renseigner davantage.»

Bon nombre d'exposants sont repartis de *Canada Expo* avec des comptes rendus de réunion avec des clients potentiels, des contrats signés ou, à tout le moins, des ébauches de contrat et, ce que tous attendent avant tout d'un tel événement, avec une liste de contacts sur le marché. Parmi les nombreux

exposants qui ont affirmé être venus à *Canada Expo* notamment pour rencontrer d'autres entreprises canadiennes ayant des intérêts compatibles ou complémentaires, certains ont indiqué avoir conclu des alliances intéressantes. En dépit de problèmes aux douanes (voir page II), de la chaleur écrasante qu'il faisait dans le hall d'Exhibimex et de l'assassinat de M. Colosio qui a secoué le peuple mexicain, les organisateurs ont reçu peu de plaintes. Dans l'ensemble, les exposants ont indiqué que la foire s'était bien déroulée, qu'ils étaient très heureux d'y avoir participé et qu'il fallait répéter l'événement.



Portrait d'un exportateur canadien

Robert Koerber • Rutherford Controls Ltd. • Cambridge (Ontario)

Robert Koerber est venu au Mexique, tel un explorateur à la découverte d'un nouveau marché, pour le compte de Rutherford Controls Ltd., où il occupe le poste de conseiller des ventes à l'étranger.

«Tout cela est nouveau pour moi», souligne-t-il. «Jusqu'à maintenant je n'ai pas reçu de commandes importantes, mais il y a beaucoup de projets.»

M. Koerber admet qu'il est nouveau chez Rutherford et qu'il ne connaît pas la région. Mais, dans ses contacts avec les Mexicains, il ajoute cette touche personnelle tant appréciée des gens d'affaires du pays. Il fait remarquer qu'une femme d'affaires mexicaine avec laquelle il a traité et dont l'aide lui a été très utile a manifesté beaucoup d'intérêt lorsqu'elle a su qu'il avait un jeune enfant. Dans la lettre qu'il lui a envoyée pour la remercier de son aide au Mexique, il a tout naturellement glissé une photo de sa fille. Nouveau venu ou non, son attitude sera sans doute très appréciée au Mexique.

Arrivant au Mexique quelques jours avant l'ouverture de Canada Expo, M. Koerber en a profité pour visiter les pyramides aztèques à Teotihuacan ainsi que le sanctuaire de la vierge de Guadalupe. Il a préféré marcher de l'hôtel jusqu'au centre Exhibimex, plutôt que de prendre la navette mise à la disposition des exposants, afin de découvrir la ville (ce n'est que quand il s'est rendu compte de la distance à parcourir qu'il a décidé de prendre la navette!). Il est d'avis qu'en goûtant l'atmosphère du pays il est en meilleure position pour faire des affaires ici.

Très occupé pendant Canada Expo, il croit que la foire a été un franc succès pour son entreprise. Il est revenu de Canada Expo débordant d'idées et plein d'enthousiasme, avec au moins la possibilité de conclure une vente substantielle de serrures magnétiques, l'un des produits clés de l'entreprise.

Rutherford Controls est une entreprise familiale. La société mère de

Cambridge, fondée en 1923, et sa filiale de Virginia Beach sont toutes deux dirigées par les petites-filles du fondateur. Les serrures, son principal produit, étaient au début très simples, mais sont devenues depuis dix ans de complexes dispositifs électroniques de sécurité.

«Nous sommes spécialisés dans la conception de serrures électriques de qualité, destinées aux marchés de la quincaillerie, de la serrurerie, du contrôle d'accès et des systèmes d'alarme. Nos produits sont fabriqués selon les besoins particuliers des installateurs et des utilisateurs. Ils sont pour la plupart assemblés dans nos deux usines afin de satisfaire aux exigences industrielles et d'assurer une livraison rapide.»

Sa première incursion en Amérique centrale l'a conduit récemment au Panama, en El Salvador et au Guatemala, dans le secteur des produits de sécurité. Le Mexique représentait un nouveau marché pour M. Koerber et la société Rutherford. Le premier voyage lui a valu «quelques travaux en cours», mais, à la différence de nombreux exportateurs, Rutherford est entrée sur d'autres marchés de la région avant de venir au Mexique, plutôt que de choisir le Mexique comme porte d'entrée de l'Amérique latine. Toutefois, Canada Expo 1994 semblait une étape logique.

«Je n'ai pu établir tous les contacts souhaités à la foire», ajoute-t-il. «Mais j'ai distribué beaucoup de brochures et les produits ont suscité un certain intérêt. Au cours des trois jours, j'ai rencontré dix clients un peu partout en ville.»

L'un des clients éventuels a demandé un devis pour une centaine de serrures magnétiques, et M. Koerber s'apprête à lui envoyer de la documentation supplémentaire. «J'ai communiqué avec lui depuis, j'attends toujours sa réponse», a-t-il précisé une semaine après la fin de la foire commerciale. Bien qu'il soit nouveau au Mexique, il a écouté les conseils des autres entreprises présentes sur ce marché et assisté aux séances d'information.

«Nous savons être patients. Rutherford s'est engagée à long terme au Mexique et les affaires prendront le temps qu'il faudra. Je dois y retourner à la fin de l'été ou au début de l'automne. Je suis optimiste en ce qui concerne ce voyage; cette fois, j'amènerai peut-être ma femme et ma fille afin que nous puissions ensuite prendre nos vacances là-bas. Pourquoi ne pas joindre l'utile à l'agréable?»

Entre-temps, rempli d'enthousiasme par les perspectives qui s'ouvrent à l'entreprise, M. Koerber est en train de préparer des propositions et de rédiger des brochures en vue de sa prochaine visite au Mexique. En pensant à l'avenir, il est en train de suivre un cours de Revenu Canada sur les règles des douanes et de l'accise dans les marchés des pays signataires de l'ALENA, il prévoit assister à un atelier GEOFIT en mai à Toronto et il s'est inscrit à un cours d'espagnol. Parti à la conquête du Mexique, M. Koerber pourrait récolter de ce nouveau marché plus que des bonis de transport aérien!

Accès

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

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

Mise en page/conception : Leahy C&D (Ottawa) - Tél. : (613) 748-3868; Fax : (613) 748-3868

Imprimé au Canada

(Also av

