



Accès

• Juin 1994 •

Ministère des Affaires
étrangères

OCT 12 1994

RETOURNER À LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Ouverture du Centre canadien des affaires en septembre

C'est avec style — et sous les feux des projecteurs — que le Centre canadien des affaires à Mexico (CCAM) ouvrira ses portes le 1^{er} septembre prochain, à l'occasion d'un défilé de mode mettant en vedette quelques-uns des plus talentueux couturiers canadiens.

S'inscrivant dans le cadre d'une mission commerciale d'exportateurs oeuvrant dans le domaine de la mode, le défilé marquera avec élégance l'ouverture de ce qui sera une ruche bourdonnante d'activités. Après le départ des mannequins, musiciens, fleuristes et couturiers, le Centre accueillera ses premiers clients. Pendant la première année, les fabricants, les exportateurs de services, les directeurs du marketing, les représentants commerciaux et les agents seront invités à organiser des activités mettant en valeur l'éventail des réalisations canadiennes.

Le CCAM est le premier centre de commerce indépendant du Canada. Le choix de Mexico témoigne de la confiance qu'ont les Canadiens dans le marché mexicain; confiance qui ne cesse de grandir quelques mois seulement après l'entrée en vigueur de l'ALENA.

Pièce maîtresse du programme Accès Amérique du Nord, le Centre fournira aux gens d'affaires canadiens un second bureau à l'étranger. En avez-vous marre d'utiliser votre chambre d'hôtel comme bureau? Le CCAM pourra atténuer le sentiment d'être laissé sans soutien dans un nouveau marché, en offrant un milieu de travail professionnel sans problèmes,

comportant tous les avantages d'un bureau. Parmi les services offerts, notons le personnel administratif trilingue, la messagerie vocale, les téléphones avec service international Canada Direct, le service de télécopieur et la traduction.

À proximité de l'ambassade du

Nous avons reçu nombre de demandes de renseignements...

Voir page II – DES COMMENTAIRES...

Canada dans le quartier Polanco au coeur de la capitale mexicaine, le Centre compte un hall d'exposition de 600 m² ainsi qu'une salle de travail qui s'adapte aux besoins de la clientèle. De plus, on y aménagera dix bureaux disposant de toutes les commodités et une salle de conférence, qui pourront être utilisés tous les jours par les gens d'affaires, les associations sectorielles et les fonctionnaires canadiens en visite au Mexique.

Hasta La Vista!

Accès ne sera pas publié en juillet et en août, mais reviendra dans les pages de **CANADÉXP** en septembre.

Bon été à tous!

Le CCAM se veut un centre dynamique où l'on organise fréquemment des activités dans le but d'aider l'entreprise privée à atteindre ses objectifs au Mexique. Le personnel canadien, de concert avec les entreprises mexicaines, veut faire du Centre le lieu privilégié du commerce entre le Canada et le Mexique. Le MAECI a consulté plus de cent sociétés canadiennes au cours du processus de planification, pour que le CCAM offre les services et les installations dont les exportateurs canadiens ont réellement besoin pour connaître le succès au Mexique.

Bon nombre des quelque 6 000 gens d'affaires en visite chaque année au Mexique se disputent les bureaux de l'ambassade, au nombre limité. Le CCAM mettra à leur disposition plus de locaux et de services que ne peut le faire l'ambassade.

Le CCAM rehaussera la participation du MAECI à près de 20 grandes foires internationales chaque année. Il servira également à la présentation de salons canadiens, tenus en guise de suivi, qui réuniront jusqu'à 35 sociétés pendant trois ou quatre jours. Les acheteurs d'autres pays d'Amérique latine pourront assister à ces salons, et le CCAM servira de base d'où nos exportateurs pourront solliciter de nouveaux marchés en Amérique du Sud et en Amérique centrale.

En outre, il sera possible d'y organiser des salons canadiens de plus petite

Voir page IV – **CCAM**

DES COMMENTAIRES SUR CANADA EXPO 94

La plupart des participants à CANADA EXPO, tenue à Mexico en mars dernier, ont semblé y prendre grand plaisir. Bien sûr, ils ont travaillé fort, mais ils étaient heureux de prendre part à un événement couru et haut en couleurs, dans un nouveau marché auréolé d'un certain exotisme. Quelques-uns auront même eu le temps de visiter les attractions touristiques des environs. L'activité fébrile à l'intérieur du centre Exhibimex n'était pas le résultat de

« Nous allons certainement participer à d'autres foires sur le modèle de CANADA EXPO... »

l'improvisation, mais plutôt le fruit d'efforts concentrés et d'une large part de bonne volonté et de saine curiosité.

De retour au pays, certains participants nous ont livré leurs commentaires sur la foire et les résultats obtenus.

«Le gouvernement du Canada a fait de l'excellent travail», affirme Joseph Lipsett, président de **Compustep**, fabricant mécanique établi à Peterborough, en Ontario. «La foire était bien organisée, bien encadrée. Elle a attiré beaucoup de visiteurs, et nous avons fait nombre de contacts. Pour nous, les résultats sur le plan de la commercialisation ont été positifs.»

M. Lipsett, dont c'était la première visite au Mexique, s'est heurté à des différences culturelles : des gens avec qui il avait rendez-vous arrivaient souvent en retard, ou ne se présentaient pas du tout. Il admet toutefois que l'assassinat du candidat à la présidence, Luis Donaldo Colosio, survenu lors de la foire, a pu semer la confusion. «Malgré tout, nous dit-il, CANADA EXPO a fourni des pistes, dont deux ou trois contacts qui pourraient mener à des ventes.»

Au cours de l'exposition, Compustep a établi un contact pour la distribution de ses produits. Comme l'entreprise envisage d'entrer sur les marchés de l'Argentine et du Chili, les résultats de la semaine passée au Mexique semblent très positifs.

«Nous avons côtoyé d'autres gens

d'affaires canadiens, ce qui a favorisé de nombreux échanges et nous a permis d'en apprendre davantage sur le marché mexicain. Il est possible que nous réalisions des affaires au Canada avec quatre autres entreprises canadiennes.»

Paul Mann, président de **National Connect**, de Vancouver, s'est également déclaré satisfait de son expérience. «J'ai été très impressionné par la logistique et les installations, par la façon dont était organisée la circulation des visiteurs», nous dit-il.

M. Mann décrit **National Connect** comme un «service de rencontre d'entreprises. Nous sommes des courtiers en information, car nous établissons des liens entre les entreprises : nous trouvons le fournisseur ou le fabricant que vous cherchez, en Indonésie, au Venezuela ou ailleurs.»

«Nous allons certainement participer à d'autres foires sur le modèle de CANADA EXPO, poursuit-il, car nous y avons trouvé la qualité de contacts que nous recherchions. Nous avons retenu des représentants, ouvert des bureaux, et le télécopieur ne déroutait pas.»

Jay Charendoff, architecte qui représente en Amérique latine **Yeadon Ltd.**, une entreprise établie à Guelph en Ontario, a souligné l'excellence de l'événement. L'entreprise produit des bâtiments préfabriqués à structure gonflable et les expédie aux utilisateurs finaux.

«J'étais là avec un produit dont la plupart des Mexicains ignoraient jusqu'à l'existence, nous dit-il. Les visiteurs étaient fascinés d'apprendre qu'une construction d'aussi grande dimension pouvait être préfabriquée et gonflée par pression d'air.»

Il a eu recours à une présentation vidéo pour démontrer la «magie» du produit et a «établi d'excellents contacts». Depuis son retour au Canada, il a reçu une dizaine de demandes d'information sur les applications du produit, allant des entrepôts jusqu'aux bâches de piscine. «Je prépare des propositions de prix en réponse à ces demandes», nous a-t-il appris récemment.

L'ALENA est venu simplifier la tâche de Yeadon. «Les droits de douane étaient exorbitants, environ 80%. Ils ont

été réduits à quelque 25%. Avant cela, ce n'était pas la peine de solliciter le marché mexicain. Les entreprises mexicaines s'intéressent aux produits de pointe, c'est comme cela que certaines entreprises qui veulent remplacer leurs installations d'entreposage perçoivent nos produits. En outre, les industries aux prises avec des problèmes de poussière et de bruit cherchent des moyens d'en atténuer les effets environnementaux; nos constructions leur offrent une solution simple. L'ALENA nous permet de proposer des prix concurrentiels.»

Glenn Peckover, directeur du développement, représentait à Mexico **Northland Superior Supply Company Ltd.**, entreprise du groupe Daycon, de Winnipeg. Northland fabrique du matériel de nettoyage du grain.

«C'était mon premier séjour à Mexico, dit-il, une première aussi pour Northland. Nous avons été attirés par l'initiative du gouvernement, nous étions curieux de voir les débouchés que pouvait ouvrir l'ALENA. Nous voulons assurer la croissance internationale de notre entreprise.»

« Nous avons beaucoup appris sur le milieu mexicain des affaires, parlé à beaucoup de visiteurs... »

M. Peckover vient de se joindre à Northland, il y a amené son intérêt pour l'exportation. «Ce que le gouvernement a organisé pour nous était excellent. Nous avons beaucoup appris sur le milieu mexicain des affaires, parlé à beaucoup de visiteurs; je suis revenu avec une liste de gens avec qui correspondre. Nos priorités actuelles sont dans le marché intérieur, mais nous avons apprécié cette occasion d'évaluer les possibilités au Mexique. Voilà un marché différent : il serait nécessaire de modifier le produit dans bien des cas.»

M. Peckover signale que «le gouvernement nous a rendu un fier service, en

Voir page III - **Expo 94**

LES APPELS D'OFFRES DU MEXIQUE EN LIGNE

Le **Service des invitations ouvertes à soumissionner (SIOS)** de la société **Information Systems Management Corporation** permet aux entreprises d'un océan à l'autre d'avoir accès par voie électronique à de l'information complète et à jour sur les achats gouvernementaux.

Le 1^{er} avril 1994, le SIOS a signé un contrat avec le MAECI en vue de la réalisation d'un projet pilote d'une durée d'un an. Le SIOS recueille des renseignements sur les besoins mexicains en approvisionnement, les traduit de l'espagnol vers l'anglais et le français et affiche les avis dans le système. La principale source d'information utilisée est le quotidien financier mexicain, *El Diario*. À la fin d'avril, une trentaine d'avis avaient déjà été affichés. Le délai entre la publication des avis dans *El Diario* et l'affichage des textes traduits dans le SIOS est de deux jours.

Pour avoir accès à ce service, il suffit de posséder un micro-ordinateur équipé d'un modem. L'abonné

reçoit les avis d'appels d'offres de plus d'une vingtaine de ministères fédéraux canadiens (dont Services gouvernementaux), de la province de l'Alberta et du quotidien américain, *Commerce Business Daily*. Parmi les autres services offerts, mentionnons un service en ligne donnant accès à huit journaux canadiens, un service d'appariement qui permet de chercher dans la base de données les appels d'offres qui correspondent au profil d'une entreprise, une base de données rétrospectives des avis de marchés et des adjudications.

L'abonnement annuel coûte 130 \$; les frais de communication, peu importe le lieu de consultation au Canada, sont de 42 cents la minute. Un porte-parole du SIOS, Derek Peper, assure que les programmes d'accès et consultation sont conviviaux et restent à la portée de tous, même des néophytes en informatique.

Pour renseignements, ou pour s'abonner au SIOS, appeler au 1-800-361-4620 [région d'Ottawa : (613) 737-3374].

Expo 94 - suite de la page II

fournissant la logistique et l'information. Les réservations d'hôtel, les arrangements de transport, tout cela nous a donné un coup de pouce.»

Sa seule réserve est que, puisqu'il s'agissait d'une exposition multi-sectorielle plutôt que d'une foire axée sur une industrie particulière, les gens à qui il a remis sa carte d'affaires et sa documentation n'étaient peut-être pas très bien ciblés. Il reconnaît toutefois l'intérêt que présente une foire commerciale de cette envergure. Même si les projets de Northland mûriront encore quelque temps, les leçons apprises à CANADA EXPO s'avéreront tôt ou tard fort utiles.

Glenn Smith, président de **Cygnus Technology Ltd.**, entreprise de Fredericton spécialisée dans l'entretien du matériel électronique, a déclaré à son retour qu'il avait connu des problèmes d'expédition. Son matériel d'exposition est arrivé tout juste à temps, mais n'avait pas encore été retourné à la mi-mai. Convaincu que les documents appropriés avaient été remplis, il a critiqué les douanes mexicaines et le transitaire responsable du transport

des produits canadiens.

«Voilà le seul aspect négatif, reconnaît-il. Compte tenu des bureaucraties en cause, CANADA EXPO a été formidable, vraiment très bien. Nous avons reçu beaucoup de demandes d'information, nous avons établi certains contacts tout à fait intéressants. Nous avons trouvé des collaborateurs et nous

allons donner suite à ces contacts.»

M. Smith est convaincu qu'il faut explorer les débouchés à l'exportation. «C'est de l'argent neuf, expliquait-il durant l'exposition. Il ne s'agit pas de redécouper les tranches d'un même gâteau. Les gens d'affaires canadiens doivent reconnaître que l'exportation constitue la clé de l'expansion.»

• NOUVELLES PUBLICATIONS •

Voici deux nouvelles publications destinées aux exportateurs dans le cadre du programme Accès Amérique du Nord.

Le nouveau visage de l'Amérique du Nord : les débouchés qui s'offrent à l'entreprise canadienne (349LB) énumère les nouvelles possibilités avec l'entrée en vigueur de l'ALENA; on y explique également comment se préparer à profiter de l'espace commercial grandissant aux États-Unis et au Mexique.

Où trouver...? Des sources d'information sur le marché mexicain (348LF) est un guide complet sur la façon d'obtenir des informations précises et à jour sur les affaires au Mexique.

On peut obtenir les deux documents auprès d'InfoCentre, au 1-800-267-8376 (région d'Ottawa, 944-4000)

Le Mexique simplifie les formalités

L'une des critiques fréquentes des gens d'affaires canadiens en visite au Mexique ces derniers temps touche les tracasseries nécessaires pour obtenir un visa d'affaires. En mars dernier, les gens d'affaires qui se sont rendus à CANADA EXPO ont trouvé fort contrariant d'être obligés d'obtenir ce visa (qui coûte près de 100 \$), surtout qu'il s'agissait pour la plupart d'entre eux d'un séjour de cinq ou six jours dont le but n'était pas la vente.

Le gouvernement mexicain a annoncé qu'il modifiait à partir du 1^{er} avril 1994 les formalités relatives au séjour temporaire des gens d'affaires sur son territoire, en vertu des dispositions du chapitre 16 de l'ALENA. Ces changements viendront apaiser les gens d'affaires canadiens, dont certains en étaient venus à entrer au Mexique avec un visa de touriste, beaucoup plus facile

à obtenir, même lorsqu'ils préoyaient y faire des affaires.

Le nouveau visa, appelé FMN, est valide pour une période de 30 jours et délivré sans frais. On pourra maintenant se le procurer, outre les ambassades et les consulats du Mexique, auprès des lignes aériennes, des agences de voyage et des bureaux de tourisme, à bord des avions ainsi qu'aux ports d'entrée terrestres et maritimes. Le détenteur du visa peut effectuer plusieurs visites au Mexique pendant la période de 30 jours. À l'expiration du visa, celui-ci peut être reconduit pour une période maximale d'un an, moyennant des droits qui sont actuellement de 100 \$ US.

Il est possible de renouveler le visa pour quatre périodes d'une année chacune, pourvu que les conditions en vertu desquelles le visa avait d'abord été

accordé n'aient pas changé.

De plus, le Mexique a préparé un guide précisant les critères d'admissibilité des gens d'affaires (négociants, investisseurs, personnes mutées à l'intérieur d'une société, professionnels) en vertu des nouvelles dispositions.

Le nouveau visa facilitera les activités des gens d'affaires canadiens en visite au Mexique. Par exemple, les camionneurs peuvent maintenant obtenir leur visa à la frontière. Le nouveau système incitera chacun à remplir les formulaires appropriés, ce qui signifie que la tentation de contrevenir aux lois mexicaines sur l'immigration sera moins grande.

Les membres du Groupe de travail de l'ALENA sur les visas continueront de suivre de près les préoccupations des gens d'affaires canadiens en visite outre-frontières.

CCAM – suite de la page 1

envergure, avec 15 ou 20 entreprises. Le CCAM est un lieu idéal pour tenir conférences, réceptions et séminaires.

Bien que le gouvernement et l'ambassade continueront de réaliser leurs programmes de promotion du commerce canadien au Mexique, ce sont les exportateurs, les équipes de vente et les spécialistes des stratégies de marketing qui animeront le CCAM. Les activités du Centre seront déterminées par les utilisateurs : libres à eux d'élaborer leur propre calendrier et leurs programmes, selon leurs besoins au Mexique.

Chaque entreprise ou groupe d'entreprises a ses exigences propres, et les sociétés canadiennes n'auront d'autre limite (dans le respect des lois des pays concernés...) que leur imagination et leur esprit d'initiative. Même si beaucoup d'activités prévues pendant la première année sont parrainées par le MAECI, le calendrier du CCAM comprendra un grand nombre d'activités organisées par les gens d'affaires canadiens.

Une nouvelle initiative, impossible à réaliser auparavant faute d'un lieu à coût raisonnable, est la contre-exposition, dans le cadre de laquelle les importateurs exposent les produits qu'ils achètent. Les gens d'affaires canadiens à leur première visite peuvent ainsi avoir une idée des besoins du marché. De plus, la contre-exposition est le moyen tout indiqué de faire participer davantage les représentants locaux des exportateurs canadiens.

Le CCAM sera exploité de la même façon qu'une entreprise. Des frais seront facturés pour la location de bureaux, les

services de traduction, les salles de conférence, etc.

Le CCAM deviendra rapidement un symbole distinctif de l'initiative canadienne. Ses activités aideront à rehausser l'image du Canada dans un marché où, semble-t-il, nous sommes les bienvenus, encore que trop peu connus.

Pour tous renseignements, communiquer avec la Direction du commerce avec l'Amérique latine et les Antilles (LGT), au MAECI, fax : (613) 943-8806, ou avec le CCAM, fax de l'ambassade du Canada à Mexico, (525) 724-7902.

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 du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2; soit par télécopie à (613) 992-5791. Pour tous renseignements, pour obtenir un exemplaire d'Accès Amérique du Nord, s'adresser au 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 available in English)

