

doc
CA1
EA
C20
FRE
1994
novembre



Accès

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

• Novembre 1994 •

NOV 28 1994

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHÈQUE DU MINISTÈRE

Différents besoins et débouchés

DÉBOUCHÉS RÉGIONAUX AU MEXIQUE

Nombre de gens d'affaires canadiens ont découvert ces dernières années Mexico, Monterrey et Guadalajara. Quelques-uns d'entre eux sont plus familiers avec d'autres régions en raison de leur champ d'activité, mais pour la majorité des Canadiens, qu'ils soient exportateurs ou non, le reste du Mexique est terre inconnue.

En fait, le Mexique compte 31 États ainsi qu'un district fédéral. Entre les deux littoraux au bord de l'Atlantique et du Pacifique, le Mexique présente des régions montagneuses habitées, des déserts, des plaines côtières, des centres urbains plus grands que ceux du Canada et des villages moins peuplés qu'un immeuble d'appartements en hauteur. Le Mexique est un pays de contrastes, avec différents besoins et débouchés.

Les exportateurs à la recherche de nouveaux débouchés devraient s'intéresser davantage à la diversité mexicaine et à la façon d'établir un premier contact avec les clients potentiels ou les personnes-ressources dans la région qui les attire. Bien que le Mexique ait porté une attention particulière ces dernières années au développement régional, il commence à peine à reconnaître le lien qui existe entre le commerce international et le développement régional.

Au Canada, nous sommes habitués d'entendre parler des diverses initiatives de développement régional ou sectoriel. Au Mexique, le développement régional fait maintenant partie intégrante de

l'élaboration des programmes, et la reconnaissance accrue des besoins régionaux peut ouvrir des débouchés aux exportateurs et aux investisseurs prêts à s'aventurer à l'extérieur des grands centres financiers et commerciaux du pays.

Le gouvernement Salinas, dont le mandat de six ans arrive à terme, a présenté à son arrivée au pouvoir un Plan national de développement, communément appelé Solidaridad. L'un des prin-

mesures avaient été prises trop tard dans cette région, mais, d'autre part, tout indique qu'on a pu résoudre de nombreux problèmes.

Le gouvernement fédéral du Mexique favorise également le développement régional au moyen de programmes d'encouragement. Le principe en est simple : la productivité est récompensée, les prix sont réglementés ou soutenus afin d'aider une région à développer ses propres ressources.

Le nouveau ministre du SECOFI en poste à Ottawa, Jose Poblano, a indiqué que le projet de Centre de services aux entreprises (idée relativement nouvelle pour le Mexique) permettra aux exportateurs et investisseurs étrangers de traiter directement avec les États mexicains. Ce projet n'en est qu'au

stade de la conception, mais ses objectifs tombent sous le sens, et sa réalisation ne pourra que faciliter la tâche aux exportateurs et investisseurs étrangers. Le SECOFI prévoit constituer une banque de données à l'aide de l'information recueillie auprès des bureaux des gouverneurs, des ministres du Commerce, des Travaux publics et des Finances, ainsi que des entreprises dans chaque État. Ces données serviront à déterminer leurs besoins et leurs ressources afin que les exportateurs et les investisseurs intéressés puissent les consulter et communiquer directement avec les partenaires ou les clients potentiels dans les différentes régions du pays. On commencera à compiler les

Voir page II - *Les débouchés*

DANS CE NUMÉRO

Le Conseil mexicain de l'investissement

• *NEMEX Plus* • *L'informatique*

cipaux objectifs du Plan consiste à réduire les disparités régionales. À cet égard, Solidaridad met l'accent sur la modernisation et l'expansion de l'infrastructure, le gouvernement considérant que l'amélioration des routes, du réseau d'électricité et d'autres infrastructures pourrait aider les communautés à développer leurs propres ressources et capacités. Le Plan est axé sur la participation des communautés; dans certains cas, on a entrepris des projets à la demande des autorités locales. Le Plan a remporté plus ou moins de succès jusqu'à maintenant; d'une part, les responsables du gouvernement ont admis que les événements survenus au Chiapas étaient la preuve que les

POUR MIEUX CONNAITRE LE CONSEIL MEXICAIN DE L'INVESTISSEMENT

Le Conseil mexicain de l'investissement (en espagnol, *Consejo Mexicano de Inversion, CMI*) est une initiative conjointe, sans but lucratif, du gouvernement et des établissements financiers mexicains. Son mandat consiste à prêter assistance aux investisseurs étrangers au Mexique.

Le secrétaire mexicain au Commerce et à l'Industrie est président du conseil du CMI, dont font partie les présidents de l'Association des banquiers et de l'Association des courtiers en valeurs mobilières. Le CMI fournit conseils et soutien aux investisseurs étrangers afin que leurs projets progressent au rythme voulu et dans la bonne direction. Il a pour mission, à titre d'organisme sans but lucratif, de venir en aide aux investisseurs étrangers tout au long de leurs démarches de prospection et de sollicitation des marchés mexicains.

Le Conseil fournit :

- De l'information sur un éventail de questions qui influent sur les décisions d'investir ou non au Mexique et sur la façon de procéder; les différentes régions du pays et ce qu'elles ont à offrir; la création d'une entreprise; les coûts; les marchés; les fournisseurs; la main-d'oeuvre et ses compétences; les transports et les communications;

et les mesures incitatives gouvernementales et la fiscalité mexicaine. Le CMI offre des rapports détaillés, par exemple des profils de marché et de secteur, ainsi que des renseignements sur les politiques et les programmes gouvernementaux.

Le CMI fournit conseils et soutien aux investisseurs étrangers afin que leurs projets progressent au rythme voulu et dans la bonne direction.

- Des conseils sur la faisabilité des projets; la façon d'obtenir des services bancaires, juridiques et comptables; la manière de traiter avec les autorités fédérales, locales et des États; et la recherche de fournisseurs et d'associés potentiels.
- De l'aide pour organiser des visites au Mexique et planifier son programme, contacter les responsables gouvernementaux appropriés, les principales entreprises et les gens d'affaires.

L'une des principales réalisations du Conseil mexicain de l'investissement, et

l'une des plus accessibles, est une série de publications sur différents secteurs mexicains, notamment l'agro-industrie, l'automobile, les transports, l'électronique et les textiles.

De plus, le CMI offre de la documentation sur la protection de la propriété intellectuelle et la législation sur l'investissement étranger ainsi que des résumés sur la situation économique et commerciale au Mexique. Il peut aussi fournir des études de cas d'entreprises qui ont réussi dans le marché mexicain, à titre d'illustration des pratiques commerciales locales.

Le Conseil mexicain de l'investissement n'a pas de bureau au Canada, mais on peut s'adresser aux bureaux du SECOFI à Ottawa (voir l'article en page I) ou de la Bancomext à Montréal, Toronto ou Vancouver (voir à ce sujet le numéro d'octobre).

Si vous désirez communiquer directement avec le Conseil mexicain de l'investissement, écrivez à l'adresse suivante :

CMI
Reforma 915
Col. Lomas de Chapultepec
11000 Mexico, D.F.
Mexique
Tél. : 011-525-202-7804
Télec. : 011-525-328-9930

conseils des responsables mexicains du commerce, à savoir qu'après avoir effectué des recherches préliminaires, les exportateurs canadiens devraient se rendre au Mexique, rencontrer les partenaires potentiels et consacrer le temps nécessaire pour mieux les connaître.

Cette approche vaut tout autant pour l'ensemble du pays que pour les régions et se traduira peut-être par une plus forte présence des Canadiens à Michoacan, Zacatecas ou Oaxaca dans les mois et les années à venir.



L'industrie mexicaine des services informatiques est encore petite, fragmentée et sous-développée. Il y a une forte demande pour des services d'intégration de systèmes dans le secteur public, ainsi qu'un intérêt grandissant de la part des sociétés internationales de plus en plus nombreuses à s'établir au Mexique pour les services d'intégration de réseaux. Les entreprises locales désireuses de moderniser leurs installations ont aussi besoin de services de qualité en informatique-conseil. Dans l'ensemble, les sociétés canadiennes spécialisées en informatique trouveront au Mexique bon nombre de débouchés commerciaux fort intéressants.

Compte tenu de sa taille et du jeune âge de la population du Mexique, le marché mexicain des produits logiciels et informatiques pourrait, au tournant du siècle et même avant, devenir beaucoup plus important que celui du Canada.

En faut-il davantage pour inciter une entreprise à prospecter un marché étranger? Le Canada compte un secteur de l'informatique très avancé qui est le chef de file mondial dans certaines technologies. Même si certaines de nos entreprises sont déjà établies dans le marché mexicain, l'ampleur de ce dernier offre toutes les possibilités voulues d'expansion et peut accueillir nombre d'autres sociétés canadiennes.

Plus grande sensibilisation

Le principal pays fournisseur de logiciels au Mexique est, bien entendu, les États-Unis. Le Canada devrait viser le deuxième rang. Notre principal problème, semble-t-il, est que les

L'INFORMATIQUE:

Grande demande pour les services d'intégration

Mexicains ne pensent pas généralement à nous comme fournisseur de logiciels; nous faire connaître comme tel est l'un des défis que nous devons relever à court terme.

Le problème est loin d'être insurmontable, étant donné la qualité de nos produits logiciels et de nos services, notre situation géographique, notre appartenance à l'ALENA et l'intensification de nos relations avec le Mexique. Des activités de promotion commerciale, comme un stand canadien qui réunira 15 sociétés d'informatique à la foire COMDEX 1995 présentée en mars prochain à Mexico, peuvent ouvrir des portes (contacter Joan Mullins - télécopieur : (613) 993-9991). Comment l'industrie peut-elle aider les entreprises canadiennes à tirer parti de l'intérêt suscité par nos activités promotionnelles?

Souplesse en affaires

Il sera essentiel d'offrir des produits qui satisfont aux normes techniques mexicaines. Les Canadiens jouissent déjà d'une bonne réputation au Mexique en raison de leur souplesse en affaires et de leur capacité de modifier leurs produits, à la différence de certains autres exportateurs.

Il sera important d'offrir de bonnes versions espagnoles des logiciels. Avec leur nombreuse population hispanophone de plus en plus instruite, les États-Unis ont un avantage dans le marché mexicain, mais l'expérience du Canada dans le domaine de l'adaptation de logiciels dans une autre langue pourrait aider nos entreprises à satisfaire à cette exigence. Les inscriptions aux cours d'espagnol indiquent que le bassin de personnes qui parlent et écrivent l'espagnol au Canada ne cesse d'augmenter.

Soutien local

Les entreprises canadiennes doivent

offrir un bon soutien local, en forgeant des alliances et en ouvrant des bureaux sur place afin de pouvoir conseiller les clients qui ont des problèmes avec les nouveaux produits. La formation du personnel mexicain pourrait être essentielle au succès d'une entreprise canadienne, qui doit faire en sorte que son produit fonctionne à la perfection.

Compétitivité des prix

Des prix concurrentiels jouent un rôle déterminant dans la part de marché qu'une entreprise peut se gagner. Les sociétés américaines offrent des prix compétitifs et commercialisent leurs produits avec dynamisme à partir des nombreux points de vente où l'on parle espagnol.

Croissance du secteur

La privatisation en 1992 de Telmex, société nationale du téléphone, a ouvert un certain nombre de débouchés dans le secteur mexicain de l'informatique, qui continue d'augmenter. Afin de tirer le maximum de l'ALENA, le Mexique doit accroître le recours à la télématique et aux technologies connexes. Les domaines offrant un bon potentiel de croissance comprennent les suivants :

- *micro-informatique* : la meilleure solution pour répondre aux besoins des PME;
- *logiciels à façon* : préférés de plus en plus aux logiciels d'usage général;
- *croissance des réseaux de télécommunications* : le réseau actuel présente de sérieuses lacunes; le marché de la câblodistribution et

Voir page III - Les débouchés

Les débouchés - suite de la page I

renseignements sur les États où les relations commerciales sont le plus développées, puisque ces derniers sont plus familiers avec les exportateurs et les investisseurs étrangers. «Nous pouvons élaborer le projet à partir de leur expérience», nous précise M. Poblano. On s'attend à achever la compilation portant sur dix États mexicains d'ici le début de l'année prochaine.

Par ailleurs, la Bancomext, qui compte

40 bureaux un peu partout au Mexique, demeure l'endroit idéal pour entreprendre ses premières démarches. Les responsables de la Bancomext connaissent bien les personnes-ressources locales dans nombre de secteurs, et si sa banque de données, qui est considérable, est intégrée à la banque régionale du SECOFI ou accessible à partir de celle-ci, tous auront accès à des données précises et à jour sur les régions mexicaines, aussi méconnues des étrangers soient-elles.

M. Poblano reprend à son compte les

NEWMEX PLUS : PROGRAMME DE PROMOTION

NEMEX Plus est un programme de promotion des exportations conçu dans le but d'aider les sociétés canadiennes à tirer profit des débouchés commerciaux apparus depuis l'entrée en vigueur de l'ALENA.

Il s'agit d'une initiative conjointe du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) et du Forum pour la formation en commerce international (FITT). Créé à l'intention des dirigeants et des directeurs du marketing des PME, NEMEX Plus offre une séance de préparation à l'exportation d'une durée de deux jours, suivie d'une mission commerciale de cinq jours au Mexique.

L'informatique – suite de la page 1

de la téléphonie cellulaire devrait, selon les prévisions, connaître une forte expansion.

Une autre raison d'entrer en force dans le marché mexicain de l'informatique est que cela facilite l'accès aux autres marchés d'Amérique latine. En ouvrant un bureau au Mexique, une société étrangère indique aux autres pays d'Amérique latine son intérêt pour la région. Les résultats au Mexique du Groupe Berclain Inc., important fournisseur canadien de logiciels de fabrication automatisée, laissent penser que de nombreuses sociétés sud-américaines se tournent vers le Mexique pour obtenir les produits et le savoir-faire dont elles ont besoin.

Au Mexique, 90 p. 100 des habitants, estime-t-on, savent lire et écrire, et les connaissances de base en informatique se répandent rapidement. Le niveau grandissant de formation des Mexicains, combiné au jeune âge de la population, entraînera une croissance constante des besoins du pays en informatique, que ce soit dans l'industrie et le commerce, les établissements d'enseignement ou, à plus long terme, les loisirs. Les prévisions à ce chapitre varient selon les secteurs et les sources, mais la plupart d'entre elles affirment qu'une croissance régulière, sur une longue période, est chose inéluctable dans le secteur de l'informatique.

PHASE 1

En un premier temps, on donne aux participants un aperçu des marchés mexicains, des pratiques commerciales, des différences culturelles et des débouchés commerciaux. De plus, on leur offre conseils et lignes directrices sur la façon de négocier avec des partenaires mexicains ainsi que la marche à suivre pour élaborer un plan commercial axé sur l'exportation au Mexique.

PHASE 2

En un second temps, les participants se rendent au Mexique dans le cadre d'une mission commerciale dirigée et parrainée par le gouvernement, dont le programme est adapté aux besoins des entreprises participantes. À ce stade, les participants se familiariseront avec les transactions bancaires à l'étranger, l'expédition, les formalités douanières et les règlements d'importation, les exigences en matière d'emballage et d'étiquetage et autres pratiques commerciales. De plus, ils rencontreront des dirigeants d'entreprise, des décisionnaires du secteur public et des associés potentiels dans le cadre de rencontres arrangées à l'avance.

Le coût de NEMEX Plus est de 2 500 \$ par personne (TPS comprise). Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour s'inscrire, prière de communiquer avec le FITT au (613) 230-3458 ou au 1-800-561-3488.

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 des Affaires étrangères et du Commerce international, 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario), K1A 0G2; soit par télécopie au (613) 992-5791. Pour tous renseignements ou pour obtenir une brochure sur Accès, s'adresser à InfoCentre d'Accès (à Ottawa, au 944-4000).

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

Imprimé au Canada

