

L'équipement de transformation et d'emballage des aliments et des boissons



LES POSSIBILITÉS

Le secteur mexicain de la transformation des aliments offre un grand nombre de débouchés aux fournisseurs canadiens d'équipement de transformation et d'emballage des aliments et des boissons.

- La libéralisation du commerce et les Mexicains de classe moyenne qui voyagent beaucoup suscitent une demande sans précédent pour des aliments pratiques, emballés de façon attrayante.
- Les transformateurs mexicains d'aliments ont besoin de se moderniser et de prendre de l'expansion pour faire face à la croissance du marché, mais manquent le plus souvent de l'expertise voulue et du capital nécessaire.
- Avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), le coût des congélateurs et des fours à micro-ondes diminuera, ce qui stimulera le marché des aliments préparés.
- Le consommateur mexicain a de plus en plus tendance à abandonner les *abarrotes*, petites épicerie du coin, pour faire ses courses et va dans les supermarchés et les magasins d'escompte qui, le plus souvent, font une meilleure commercialisation des aliments préparés.
- Les transformateurs mexicains d'aliments ont besoin de mettre au point de meilleures techniques d'emballage pour faire concurrence aux produits importés provenant des États-Unis, d'Europe et du Chili.

À cela s'ajoute qu'il faudra des processus de transformation et d'emballage plus efficaces pour tirer parti des nouvelles possibilités d'exportation découlant de la dévaluation du peso.

UNE INDUSTRIE EN TRANSITION

Le marché des aliments transformés prend rapidement de l'expansion, mais la concurrence étrangère également. Les transformateurs devront se moderniser et se réorganiser pour conserver leurs parts de marché.

Le secteur mexicain de la transformation des aliments s'est développé à l'ombre du protectionnisme, mais l'intervention gouvernementale qui a généré cette protection a également imposé un contrôle des prix et maintenu le coût du capital à un niveau élevé. Les entraves au commerce qui ont éloigné les concurrents étrangers ont également bloqué les importations de technologie indispensable. Les sociétés mexicaines n'avaient donc pas les moyens de se moderniser et n'y étaient pas poussées.

À la fin des années 1980, le gouvernement a lancé un programme de profondes réformes économiques prévoyant la libéralisation des échanges, la privatisation et la déréglementation. Ces nouvelles politiques ont ouvert l'économie à une concurrence sans précédent. Les transformateurs mexicains d'aliments se sont retrouvés avec un équipement

SOMMAIRE

En plus de ce sommaire, le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international a préparé un profil sectoriel intitulé **Débouchés pour l'équipement de transformation et d'emballage des aliments et des boissons au Mexique**. C'est Townsend Trade Strategies Inc. qui a recueilli l'information sur le marché mexicain de l'équipement de transformation et d'emballage des aliments et des boissons et Prospectus Inc. en a assuré la publication dans le cadre d'un contrat avec le MAÉCI, en même temps que d'autres profils sectoriels et résumés sur les débouchés au Mexique. On peut se les procurer auprès de :

InfoCentre

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000
Télécopieur : (613) 996-9709
FaxLink : (613) 944-4500
Babillard électronique (BÉI) :
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

On peut se procurer les profils de marché en format électronique sur le babillard électronique et en copie papier au prix de 10 \$ plus les frais d'expédition et les taxes en vigueur auprès de Prospectus Inc. S'adresser à :

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

Copyright © Ministère des Approvisionnements et Services Canada
N° de cat. E73-9/40-1995-1F
ISBN 0-662-80090-7

Also available in English.

PARAÎNÉ PAR



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

L'équipement de transformation et d'emballage des aliments et des boissons

désuet et des capitaux insuffisants, juste au moment où des concurrents étrangers très efficaces obtenaient l'accès à leur marché. La disponibilité de nouveaux produits importés, alliée à la demande d'une classe moyenne habituée à voyager et ayant des goûts sophistiqués, exerce des pressions sur les transformateurs d'aliments pour qu'ils élaborent de nouveaux produits, emballés de façon attrayante, pour faire concurrence à ces importations. L'augmentation de la demande pour les aliments prêts à consommer devrait continuer au cours du prochain siècle et les transformateurs mexicains d'aliments se réorganisent pour être en mesure de profiter d'un marché en croissance rapide.

Les entreprises les plus importantes et les mieux capitalisées sont en mesure d'élargir leurs marchés et de rationaliser leur production au moyen d'acquisitions. Certaines construisent de nouvelles usines, souvent en faisant appel à des technologies provenant de partenaires américains ou européens.

La nouvelle orientation de l'économie mexicaine vers le commerce et l'évolution de la démographie auront des effets importants sur la transformation alimentaire au cours des années à venir. Avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), les prix des congélateurs et des fours à micro-ondes devraient diminuer. On constate également une tendance vers des techniques de commercialisation plus modernes, ce qui explique l'apparition des supermarchés et des magasins d'escompte. Ces éléments devraient pousser à la hausse la demande d'aliments transformés et pratiques. On verra apparaître des débouchés pour les fournisseurs de tous les types d'équipement de transformation alimentaire. Les possibilités devraient être particulièrement intéressantes pour l'équipement de haute technologie, qu'il n'est pas encore possible d'obtenir auprès des fournisseurs mexicains. La dévaluation marquée du peso de décembre 1994 ne réduira pas la nécessité de moderniser les installations, mais elle limitera les possibilités de financement. Les

partenaires canadiens qui disposeront de leurs propres capitaux trouveront un grand nombre de partenaires éventuels pour des coentreprises.

LE SECTEUR MEXICAIN DE LA TRANSFORMATION DES ALIMENTS

Une poignée de sociétés géantes dominent un secteur qui compte toujours plus de 40 000 micro-entreprises vendant des petits volumes dans leurs voisinages immédiats.

Environ 8 000 entreprises de transformation alimentaire sont inscrites auprès de la *Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)*, l'Association des manufacturiers mexicains. D'après les dirigeants de l'association, plus de 40 000 autres sociétés ne seraient pas inscrites. Il s'agit essentiellement de petites entreprises familiales qui commercialisent leurs produits dans leur environnement immédiat.

Ce secteur d'activité est dominé par un petit nombre de grandes sociétés. Les entreprises familiales mexicaines qui sont devenues des leaders dans leur domaine partagent l'espace sur les étagères des magasins avec un grand nombre de multinationales américaines et européennes. De façon traditionnelle, ces multinationales coopèrent avec un partenaire mexicain ou ont accordé des licences pour leurs marques à des sociétés mexicaines.

LA CROISSANCE INDUSTRIELLE

Le secteur mexicain de la transformation alimentaire a connu une croissance régulière même si la situation économique a subi des variations. Ce secteur a en effet continué à croître au cours de ce qu'on a appelé la «décennie perdue», imputable à la crise de la dette de 1982, et s'est bien adapté aux dévaluations périodiques du peso. Cette demande soutenue d'aliments transformés s'explique par l'augmentation de la population totale et par l'accroissement de la classe moyenne.

Depuis 1988, cette industrie profite également d'un apport d'investissements étrangers. D'après les statistiques de l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, le PIB réel du secteur alimentaire, y compris les boissons, a augmenté en moyenne de 2,7 pour 100 par année au cours des cinq années se terminant en 1991.

L'ÉVOLUTION DES PRODUITS

Les principaux transformateurs mexicains d'aliments se sont adaptés rapidement au nouveau contexte libéralisé du commerce et aux demandes des consommateurs qui se sont fait jour. Les sociétés les mieux capitalisées ont investi en nouvelle machinerie et en équipement. Elles ont automatisé leurs installations, amélioré l'efficacité de leur production et augmenté la durée de vie de leurs produits sur les étagères. De nouveaux produits comme les boissons au yaourt et les viandes froides nécessitent un meilleur emballage et des réseaux de distribution plus efficaces.

Les entreprises plus petites ont, en règle générale, moins bien réussi. Un grand nombre d'entre elles ont été achetées par des sociétés plus importantes cherchant à dominer le marché. D'autres ont dû fermer leurs portes. La *Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)*, Association des manufacturiers mexicains, estime qu'elle a perdu 20 pour 100 des membres de l'industrie alimentaire en 1993 sous l'effet d'une concurrence plus forte et de la baisse du prix des importations.

Les sous-secteurs de la transformation alimentaire

- Les produits de boulangerie
- Les boissons
- Les produits en conserve
- La confiserie
- Les produits laitiers
- Les huiles comestibles
- Les viandes transformées
- Les grignotines salées

L'ÉQUIPEMENT DE TRANSFORMATION ET D'EMBALLAGE DES ALIMENTS

Le Mexique répond à ses propres besoins en ce qui concerne l'équipement de base, mais pratiquement tous les éléments comportant de la technologie de pointe sont importés.

Ce sont le plus souvent les entreprises étrangères qui répondent aux besoins technologiques plus sophistiqués des grands transformateurs alimentaires. Les microentreprises ont, elles, essentiellement recours à de la technologie de base provenant des producteurs mexicains, mais certaines cherchent de l'équipement remis en état provenant des États-Unis. En 1993, le marché mexicain de l'équipement de transformation alimentaire représentait 730 millions de dollars US. La pénétration des importations a augmenté lentement mais régulièrement au cours des dernières années, passant de 83 pour 100 en 1991 à 86 pour 100 en 1993. Les importations devraient dépasser 87 pour 100 du marché en 1997. La production nationale d'équipement de transfor-

mation alimentaire a été limitée essentiellement à de l'équipement destiné à des petites quantités et faisant appel à une technologie de base. La machinerie fabriquée au Mexique est en général conçue pour ne remplir qu'une seule fonction de la chaîne de transformation alimentaire. Il est courant que les fournisseurs mexicains se spécialisent en équipement fait sur mesure plutôt

qu'en gammes de produits normalisés. Ces producteurs sont maintenant confrontés à une concurrence féroce provenant des importations de machines de capacité moyenne destinées à la production de masse. Les prix de ces importations sont souvent très concurrentiels, même en tenant compte de la dévaluation du peso.

Les États-Unis sont les plus importants fournisseurs d'équipement de transformation et d'emballage des aliments au Mexique puisqu'ils détenaient 44 pour 100 du marché des importations en 1993. Leur proximité géographique leur permet d'assurer une livraison et un service rapides et facilite l'approvisionnement des pièces de remplacement. C'est pourquoi les utilisateurs connaissent le plus souvent assez bien les produits d'origine américaine. Malgré cela, l'Allemagne et l'Italie détenaient chacune 15 pour 100 du marché des importations en 1993. La part du Canada était d'environ deux pour cent.

Importations d'équipement de transformation et d'emballage des aliments, 1993

Catégorie	En milliers de \$ US
Chauffage et cuisson	126 234
Produits laitiers	15 009
Produits agricoles	10 861
Boulangerie	42 023
Confiserie et sucre	7 710
Boissons	2 213
Viande et poulet	14 075
Autre équipement de transformation	52 000
Emballage	262 440
Total	532 565

Source : Ces chiffres proviennent des données de la *Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)*, Commission commerciale mexicaine.

LES CLIENTS

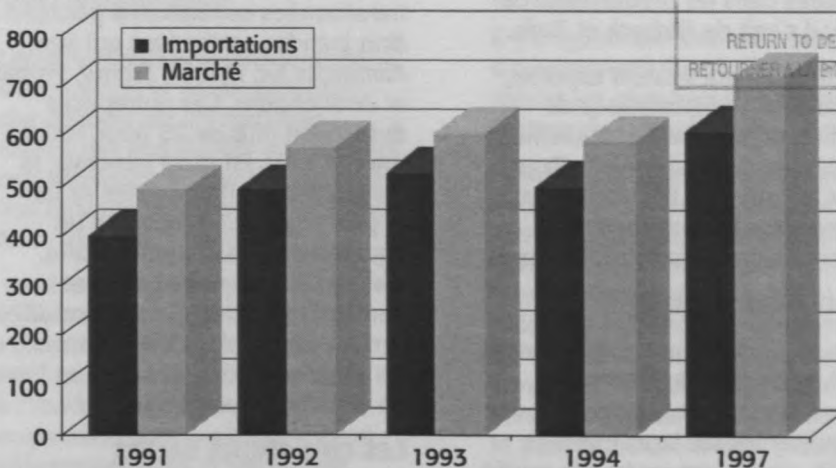
Dans presque tous les sous-secteurs, les trois ou quatre producteurs les plus importants prétendent accaparer 80 pour 100 ou plus du marché. Les petites et moyennes entreprises se font concurrence pour le reste.

LES PRODUITS DE BOULANGERIE

Le secteur des produits de boulangerie est composé d'environ 38 000 entreprises. Il s'agit pour l'essentiel de petites entreprises familiales qui desservent leur environnement immédiat en pain et en tortillas, mais le gros de la production est pris en charge par un tout petit nombre de grands fabricants. Le *Grupo Industrial Bimbo* et le *Grupo Maseca*, font partie de ces très grandes entreprises. *Tablix*, une entreprise plus récente, prend de l'expansion dans le sud-est en procédant à l'acquisition d'un certain nombre de boulangeries régionales. Des conglomérats comme *Gamesa* (PepsiCo), *Nabisco* et *Marinela* (Bimbo), dominent le secteur de la pâtisserie.

Équipement de transformation et d'emballage des aliments

En millions de dollars US



Source: Ces renseignements proviennent du *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)*, le Secrétariat au commerce et au développement industriel.

PRINCIPAUX TRANSFORMATEURS D'ALIMENTS

En millions de \$ US 1992-1993

Société	Ventes
Grupo Industrial Bimbo	1 516
Compañía Nestlé	1 383
Anderson Clayton	474
Grupo Industrial Maseca	473
Sigma Alimentos	383
Herdez	292
Ganaderos Productores de Leche Pura	284
Agrobios	174
Lechera Guadalajara	130
Danone de México	124
Ingenio Tres Valles	109
Productos de Leche	96
Helados Holanda	89
Molinos Azteca	75
Corporación Azucarera de Tala	70
Derivados de Maíz Alimenticio	58
Laboratorios y Agencias Unidas	57
Ingenio Adolfo López Mateos	43
Autres	1 323
Total	7 153

Source : *Expansión*, 17 août 1994.

LES BOISSONS

La population mexicaine consomme davantage de boissons gazeuses par habitant que celle de tout autre pays au monde, à l'exception des États-Unis. On estime que Coca-Cola détient environ 55 pour 100 du marché. Les jus congelés ne sont pas très répandus dans ce pays à cause du manque relatif de systèmes de refroidissement.

Le marché de l'eau embouteillée est très encombré alors qu'il y a au-delà de 40 marques à se faire concurrence pour l'espace de rayon dans les magasins. Les mélanges à base de lait de Proctor et Gamble (Chocomilk) et de Nestlé (Quik) se sont fidélisés les jeunes consommateurs. Quant au marché des mélanges de boissons à préparer avec de l'eau, c'est Kraft qui le domine.

La société mexicaine *Te La Pastora* domine l'ensemble du marché du thé avec McCormick et *Lags*. On retrouve

sur les étagères des supermarchés la plupart des grandes marques américaines de café transformé et il y a également un marché important pour les cafés torréfiés.

La bière mexicaine provient de grandes brasseries comme *Cervecería Moctezuma*, le *Grupo Modelo* et *Cervecería Cuauhtémoc*. Cette dernière fait partie du grand conglomérat d'alimentation, de boissons et d'emballage *Valores Industriales*.

LES PRODUITS EN CONSERVE

Les deux sociétés mexicaines les plus importantes dans ce secteur sont *Herdez* et *La Costeña*. Les autres intervenants importants sur le marché sont, entre autres, *Del Monte* et *Anderson Clayton*, qui sont des filiales de multinationales. Certaines sociétés mexicaines ont conclu des accords de représentation exclusive ou de production de gammes de produits étrangers. C'est ainsi que *Herdez* fabrique ou importe pour McCormick, Heinz, Knot's Berry Farm, American Home Food et Hormel.

LA CONFISERIE

Les principaux confiseurs sont, entre autres, *Cerezo*, *Del Angel*, *Elite*, *Nacional de Dulces* et *Turin*. La majorité des fabricants de chocolats sont de dimension régionale puisqu'il n'y a que quatre grandes entreprises dans ce domaine, soit Nestlé, *Nacional de Dulces*, *Chocolatera de Jalisco* et *Ricolino*. Deux entreprises se sont spécialisées dans les produits haut de gamme; il s'agit de *Ferback* et *Turin*.

Ces confiseurs, qui veulent exporter, ont agrandi leurs installations de production et préparent actuellement des systèmes de double emballage, un pour les marchés hispaniques et l'autre pour les consommateurs américains, canadiens et européens.

LES PRODUITS LAITIERS

Les grands producteurs multinationaux de produits laitiers, dont Nestlé, Camation, Danone et Kraft, sont bien représentés sur leurs marchés respectifs, accaparant environ la moitié du marché total des produits laitiers.

Ce sont les yaourts et les fromages qui ont connu la croissance la plus rapide parmi les produits transformés. La demande pour ces produits a augmenté sensiblement à la suite de la diversification des goûts des Mexicains de classe moyenne. Les boissons à base de lait sont également très populaires parce qu'elles ressemblent au lait brassé traditionnel mexicain appelé le *licuado*. Il n'y a pas de tradition d'aliments diététiques au Mexique, mais on constate que les produits laitiers à faible teneur en calorie et pauvres en matières grasses commencent à trouver des débouchés grâce à de nouvelles habitudes de consommation qui laissent entrevoir des créneaux jusque-là inexplorés.

LES HUILES COMESTIBLES

Les Mexicains aiment beaucoup les fritures et le domaine des huiles comestibles est donc un sous-secteur important. On évalue qu'il y a 78 entreprises dans ce secteur. On les retrouve dans 18 États différents, surtout dans les régions du centre et du nord du pays. Puisque l'huile est considérée comme un aliment essentiel, on lui accorde beaucoup d'espace sur les rayons des magasins et son prix est fixé de façon très concurrentielle. Dans ce secteur, l'équipement est nécessaire à la fois pour l'embouteillage et pour l'emballage en vrac.

LES VIANDES TRANSFORMÉES

La production des viandes transformées est dominée par cinq grandes entreprises qui sont *Alimentos Kir*, *Donfer*, *Sigma*, *Parma* et *Zwanenberg*. Ces entreprises desservent plus de 75 pour 100 du marché total. En règle générale, la transformation des viandes se fait le plus souvent au moyen d'un équipement assez rudimentaire. Malgré cela, on voit apparaître une demande pour les viandes emballées comme les produits de charcuterie et les viandes froides, qui crée un besoin de systèmes plus sophistiqués.

LES COLLATIONS SALÉES

Les vendeurs offrant dans la rue quantités de types de collations sont une tradition de longue date au

Mexique. Ils ont vu récemment une part de leur marché absorbée par les grandes sociétés de commercialisation de collations. C'est ainsi que PepsiCo vend des grignotines portant les marques *Sabritas* et *Frito-Lay*. Un autre concurrent important est le *Grupo Industrial Bimbo* avec ses marques de commerce *Barcel* et *Chips*.

La marque la plus populaire est *Sabritas* de PepsiCo. Cette société emploie plus de 5 000 travailleurs dans des usines tournant à pleine capacité. Son excellent réseau de distribution explique son succès phénoménal. Malgré cela, elle fait face à une concurrence sévère de *Barcel* qui est également très efficace pour acheminer ses produits sur le marché.

Des emballeurs de cacahouètes ont aussi réussi à créer leur propre créneau dans le domaine des noix mélangées, en ne souffrant que de peu de concurrence de l'extérieur. *Mafer* s'approprie 60 pour 100 de l'espace de présentation, suivie de *Sabritas*. *Mafer* ne travaillerait qu'à 60 pour 100 de sa capacité de production installée. Les autres principaux emballeurs de cacahouètes, *Nipon* et *Martín Cubero*, ont d'excellents systèmes de distribution mais n'atteignent pas des volumes de ventes comparables à celui de *Mafer*.

LES DÉBOUCHÉS POUR L'ÉQUIPEMENT

L'équipement de transformation, d'emballage et de retraitement des déchets est un domaine offrant des possibilités aux sociétés canadiennes qui peuvent répondre aux besoins précis des transformateurs mexicains d'aliments.

Il y a des débouchés pour l'équipement de transformation et d'emballage d'aliments dans pratiquement tous les domaines de l'industrie alimentaire. Les perspectives sont particulièrement intéressantes dans le secteur de l'emballage et de la congélation rapide. Ce créneau a été largement ignoré jusqu'à maintenant à cause du

manque relatif d'unités de réfrigération dans les ménages. Avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), on s'attend à ce que les congélateurs domestiques deviennent de plus en plus répandus. L'équipement de retraitement des déchets présente aussi un intérêt particulier pour les transformateurs mexicains d'aliments.

L'emballage devrait également offrir des débouchés intéressants. Si les producteurs mexicains d'aliments prêts à consommer veulent conserver leur part de marché face à la concurrence étrangère, ils doivent adopter des techniques d'emballage plus sophistiquées. Des emballages séduisants, colorés, de bonbons importés du Chili prennent en effet actuellement des parts de marché aux produits mexicains. Il faudra aussi disposer de nouvelles techniques d'emballage permettant de prolonger la durée de vie des produits sur les étagères des magasins.

LES PRODUITS DE BOULANGERIE

L'équipement de transformation et d'emballage utilisé par les importants distributeurs a, de façon traditionnelle, fait appel à une technologie de niveau intermédiaire. À la suite de l'augmentation de la demande de produits à base de blé et du besoin exprimé de cycles de production plus longs et plus automatisés, les entreprises les plus importantes commencent à acheter de l'équipement à la toute pointe de la technologie.

Il y a également une demande d'équipement d'emballage dans les strates les plus évoluées du sous-secteur de la boulangerie.

Les micro-boulangeries s'efforcent de s'adapter à l'élimination récente des subventions accordées à la farine. Elles doivent maintenant investir en équipement nouveau afin d'accroître leur efficacité et de réduire leur production de déchets. Les débouchés en ce qui concerne les techniques d'emballage sont toutefois limités étant donné que le pain est souvent vendu dans des sacs en papier et les tortillas dans des feuilles de papier brun ou servies directement dans des serviettes en papier remises au client.

LES BOISSONS

L'emballage des boissons est relativement standard alors que les produits de marques sont vendus en bouteilles ou en canettes. Les jus de fruits et les nectars sont habituellement commercialisés dans des emballages tétrapaks d'un litre et d'un quart de litre et dans des bouteilles d'un litre. Environ 80 pour 100 de toutes les boissons gazeuses sont achetées dans des contenants réutilisables.

LES PRODUITS EN CONSERVE

L'équipement fabriqué au Mexique pour la mise en conserve représente environ 40 à 50 pour 100 du marché. Les importations sont essentiellement destinées à des créneaux précis allant des machines à volume élevé et très efficaces à l'équipement de plus petite échelle et semi-automatique.

Il y a également un marché dynamique de l'importation d'équipement d'occasion et reconstruit en provenance des États-Unis et du Canada. Cet équipement moins sophistiqué répond aux besoins d'un grand nombre de PME car les techniciens maison sont en mesure d'en assurer l'entretien.

LA CONFISERIE

Les spécialistes du domaine conviennent de plus en plus que le sous-secteur de la confiserie a besoin d'améliorer ses techniques d'emballage. On dit qu'il a de 10 à 15 ans de retard sur la concurrence.

L'équipement mexicain de transformation et d'emballage dans ce sous-secteur est, pour l'essentiel, composé de mélangeurs à sucre et d'équipement d'emballage faisant appel à une technologie de niveau intermédiaire. On procède encore parfois à l'emballage à la main. Les produits importés comprennent les nettoyeurs, les pré-sécheurs, les torréfacteurs, les presses, les raffineurs et les pulvérisateurs.

LES PRODUITS LAITIERS

Peu de fabricants mexicains d'équipement sont en mesure de fournir aux grandes sociétés laitières l'équipement hautement sophistiqué dont elles ont besoin. Pratiquement

tout leur équipement est importé des États-Unis ou d'Europe.

Jusqu'à récemment, les matériaux d'emballage réutilisables n'étaient pas disponibles pour les produits laitiers. Toutefois, on mesure de plus en plus la nécessité de disposer de techniques d'emballage respectueuses de l'environnement et on s'attend à ce que la demande pour ces produits augmente à l'avenir.

LES HUILES COMESTIBLES

Le sous-secteur des huiles comestibles se trouve dans une situation originale parce qu'il utilise une technologie de pointe et dispose d'une capacité de production installée dépassant la demande. Malgré cela, il y a des débouchés pour les fournisseurs d'équipement d'emballage. Les domaines les plus prometteurs semblent être les produits d'emballage de pointe et les étiqueteuses.

De façon classique, l'équipement des minoteries vient des États-Unis alors que celui qui sert au raffinage et à la production secondaire est importé d'Italie, d'Allemagne et des États-Unis. *Fabriqua de Jabón la Corona* a récemment acheté de l'équipement auprès d'une société canadienne, Husky.

LA VIANDE TRANSFORMÉE

La concurrence des viandes transformées importées impose aux fournisseurs mexicains d'importer une technologie plus efficace qui leur permettra de réduire leurs coûts de production. Le marché de l'équipement est très sensible à la concurrence par les prix, et tout nouvel équipement doit respecter des normes sanitaires très strictes. On constate également que la demande met l'accent sur des processus faisant moins appel à la main-d'œuvre. Un équipement plus sophistiqué et des installations d'entreposage mieux adaptées peuvent permettre de répondre à ces trois besoins.

Pour exporter, les transformateurs de viande doivent d'abord obtenir pour leur usine l'accréditation *Tipo Inspección Fiscal (TIF)*, qui veut dire que leur usine respecte des normes d'hygiène et de production élevées.

L'équipement est alors le plus souvent remplacé au bout de cinq à dix ans, ce qui alimente la demande d'équipement de haute technologie auprès des fournisseurs étrangers.

LES ALIMENTS SALÉS

Si ce n'est des très gros producteurs, les fabricants mexicains d'aliments salés ont tendance à utiliser une technologie de niveau intermédiaire. Comme il s'agit d'un secteur qui fait très attention à son image, il y a d'importantes possibilités dans le domaine de l'emballage. Les directeurs d'usines cherchent de l'équipement capable d'exercer plusieurs fonctions comme par exemple peser, remplir et emballer lors d'un seul cycle de production.

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Il est essentiel d'être présent localement et avoir un agent ou un associé mexicain est une excellente façon de s'implanter sur ce marché. Toutefois, il faut prendre le temps d'avoir une bonne compréhension du fonctionnement du marché et des rôles joués par les divers intervenants.

ÉTABLIR UNE PRÉSENCE LOCALE

Les entreprises canadiennes présentes au Mexique depuis un certain temps mettent l'accent sur la nécessité d'une présence locale pour réussir. Cela veut dire qu'il faut retenir les services d'un représentant, d'un agent ou d'un sous-traitant mexicain ou conclure un accord de partenariat stratégique avec un fabricant mexicain. Une société canadienne peut également décider d'ouvrir ses propres bureaux au

Mexique. Indépendamment de l'approche retenue, il est important de montrer qu'on s'engage sur ce marché et de convaincre les clients que le service après-vente sera bien assuré.

Il est en général facile de trouver des distributeurs au moyen de contacts pris lors des foires commerciales ayant un volet alimentaire. Un grand nombre de distributeurs expérimentés sont membres des associations régionales ou industrielles. Ces associations peuvent constituer des points de contact importants pour trouver des distributeurs qualifiés ou diffuser des renseignements sur un nouveau produit.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

Il y a peu d'entraves pour les fabricants canadiens d'équipement qui veulent faire des affaires au Mexique.

LES NORMES DES PRODUITS

Il n'y a pas de normes obligatoires pour la machinerie de transformation et d'emballage des aliments. Toutefois, les spécialistes du secteur s'attendent à ce que la *Dirección General de Normas (DGN)*, Bureau des normes, qui relève du *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)*, Secrétariat au commerce et au développement industriel, adopte des normes dans ce domaine.

Les produits qui respectent les normes canadiennes, européennes ou américaines ne devraient pas être confrontés à des problèmes de certification. On peut s'informer sur les normes mexicaines auprès de la DGN à Mexico (cf. section sur les Contacts importants). Les spécifications

Foires commerciales annuelles dans le secteur alimentaire

Foire commerciale	Produits	Ville
CONFITEXPO	Confiserie	Mexico
EXPO ALIMENTOS	Aliments, matières premières, machinerie	Monterrey
EXPO PAN	Boulangerie	Mexico
EXPO CANILEC	Lait et produits laitiers	Mexico
EXPOPAK	Emballage	Mexico

mexicaines de produits doivent être données en unités métriques.

LES EXIGENCES D'ORDRE SANITAIRE ET SÉCURITAIRE

Le *Secretaría de Salud (SS)*, Secrétariat à la santé, prépare une nouvelle réglementation sanitaire. La plupart des observateurs ne s'attendent pas à des normes d'une rigueur inhabituelle.

L'équipement qui peut présenter des risques, comme les tuyaux sous pression, doit être enregistré et approuvé par le *Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS)*, Secrétariat au travail et au bien-être social. Le Secrétariat émet un certificat d'inspection. En règle générale, si on se conforme aux normes américaines, canadiennes et européennes plus strictes, on est certain d'obtenir la certification.

Le Mexique utilise le système international d'unités (SI). Les importateurs exigeront le plus souvent que l'étiquetage soit fait en unités métriques pour les marchandises emballées. Le double étiquetage est acceptable.

Le courant électrique est le même qu'au Canada. L'alimentation se fait en 60 cycles, avec un voltage normal de 110, 220 et 440 volts. On peut aussi obtenir du courant triphasé et monophasé de 230 volts. La norme est donc le courant de 60 cycles, 115/120 volts, dans tout le Mexique, y compris pour la machinerie industrielle. L'alimentation des sites industriels est faite en courant de 440 volts, triphasé à 60 cycles.

L'altitude élevée de certaines grandes usines peut nécessiter des modifications à certains processus industriels, à la machinerie et aux techniques d'emballage.

CONTACTS IMPORTANTS

CANADA

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (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, 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
Fax Link : (613) 944-4500
Babillard électronique (BÉI) :
1-800-628-1581 ou
(613) 944-1581

La **Section des affaires commerciales de l'Ambassade du Canada** à Mexico assure la promotion du commerce avec le Mexique. Plusieurs délégués commerciaux travaillent à l'Ambassade et celle-ci a un bureau satellite à Monterrey. Les délégués commerciaux offrent toute une gamme de services, dont la mise en contact de sociétés canadiennes avec d'éventuels clients au Mexique et des conseils sur les canaux de commercialisation; ils viennent en aide aux entreprises qui souhaitent participer à des foires commerciales, les aident à trouver des entreprises mexicaines qui pourraient leur servir d'agent, compilent des renseignements de crédit et d'affaires sur d'éventuels clients étrangers.

Note : Pour téléphoner à Mexico, il faut composer 0-11-52-5 devant les numéros locaux. Pour rejoindre les autres villes du Mexique, consulter la liste des indicatifs internationaux au début de votre annuaire téléphonique afin d'y trouver l'indicatif régional voulu.

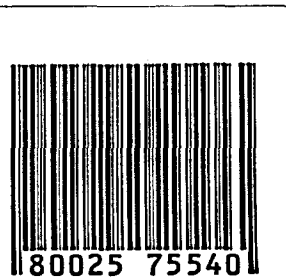
Section des affaires commerciales
Ambassade du Canada au Mexique
Schiller No. 529
Col. Polanco
Apartado Postal 105-05
11560 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 724-7900
Télécopieur : 724-7982

Centre d'affaires canadien
Centro Canadiense de Negocios
Ejército Nacional No. 926
Col. Polanco
11540 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 580-1176
Télécopieur : 580-4494

Consulat canadien
Edificio Kalos, Piso C-1
Local 108A
Zaragoza y Constitución
64000 Monterrey, Nuevo León
Mexique
Téléphone : 344-3200
Télécopieur : 344-3048

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. Partageant les locaux régionaux du ministère de l'Industrie (MI), les centres relèvent du MAÉCI. Ils aident les entreprises à déterminer si elles sont ou non prêtes à exporter, à mener à bien leurs travaux de recherche et de planification des marchés. Leur personnel donne aussi aux entreprises l'accès aux programmes gouvernementaux conçus pour promouvoir les exportations et obtient l'aide de la Direction du développement du commerce à Ottawa et des conseillers commerciaux à l'étranger. Adressez-vous au Centre de commerce international le plus proche.

Le **réseau mondial d'information sur les exportations (Exportations WIN)** est un système informatisé conçu par le MAÉCI pour aider les agents de développement du commerce du Canada en poste à l'étranger à faire correspondre les besoins qu'ils y constatent aux capacités des sociétés canadiennes. Ce système fournit à



L'équipement de transformation et d'emballage des aliments et des boissons

l'utilisateur des renseignements sur les capacités, l'expérience et l'intérêt de plus de 30 000 exportateurs canadiens. Pour s'inscrire au réseau Exportations WIN, téléphonez au (613) 996-5701.

Le **Service de renseignements commerciaux** fournit aux entreprises canadiennes des renseignements détaillés sur les marchés, par produits. Il aide les entreprises à tirer parti des possibilités locales, d'exportation, de transfert de technologie et de nouveaux investissements dans le domaine de la fabrication. Les sociétés canadiennes utilisent ces renseignements pour prendre leurs décisions de fabrication, d'élaboration de produits, de commercialisation et d'élargissement des marchés. Les renseignements fournis portent sur les valeurs, le volume et les prix unitaires des importations, les caractéristiques des importations (par exemple matériaux, catégories, gammes de prix, etc.), les noms des importateurs, les principaux pays d'exportation, l'identification des exportateurs étrangers au Canada, la production canadienne, les exportations canadiennes et les importations américaines. Les deux tiers des clients de ce service sont de petites entreprises. Pour de plus amples renseignements, on s'adressera au (613) 954-5031.

L'**Agence canadienne de développement international (ACDI)** est une source importante de financement éventuel des activités des entreprises canadiennes au Mexique grâce au fonds spécial — connu sous le nom d'INC — dont elle dispose dans le cadre du Programme de coopération industrielle. Ce fonds est destiné à inciter les entreprises canadiennes du secteur privé à œuvrer dans les pays en développement en finançant en partie l'instauration de relations d'affaires durables sous la forme, par exemple, de coentreprises ou d'accords de licence. L'INC contribue donc au développement de liens avec le secteur privé mexicain en aidant les sociétés canadiennes qui échangent leurs compétences et leur expérience avec des partenaires mexicains, comme avec ceux d'autres pays. Toute une série de mécanismes et de l'INC

aident les entreprises à instaurer des accords de collaboration mutuellement avantageux pour des transferts de technologie et des créations d'emplois au Mexique.

Direction de la coopération industrielle

Agence canadienne de développement international
 200, prom. du Portage
 Hull (Québec) K1A 0G4
 Téléphone : (819) 997-7905/7906
 Télécopieur : (819) 953-5024

La **Société pour l'expansion des exportations (SEE)** est un organisme unique en son genre qui aide les entreprises canadiennes à faire concurrence à l'échelle internationale. Elle facilite les exportations et les investissements à l'étranger en offrant des services de gestion du risque, y compris des assurances et du financement, aux entreprises canadiennes et à leurs clients de par le monde.

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 termes;
- 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.

Ottawa (Administration centrale)

151, rue O'Connor
 Ottawa (Ontario) K1A 1K3
 Téléphone : (613) 598-2500
 Télécopieur : (613) 237-2690

Les **institutions de financement international**, dont la Banque mondiale et la Banque inter-américaine de développement, fournissent des fonds au Mexique pour le financement de toutes sortes de projets. Ces banques peuvent fournir des renseignements sur les projets à venir et identifier les institutions mexicaines qui les exécuteront.

L'**Ambassade du Mexique**, le délégué commercial mexicain au Canada 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.

Ambassade du Mexique

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

Organismes parrains

Baker & McKenzie

Avocats
 Place BCE
 181, rue Bay, bureau 2100
 Toronto (Ontario) M5J 2T3
 Téléphone : (416) 865-6910/6903
 Télécopieur : (416) 863-6275

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES

Association des manufacturiers de machines et d'équipement du Canada

161, rue Albert, bureau 701
 Ottawa (Ontario) K1P 5G3
 Téléphone : (613) 232-7213
 Télécopieur : (613) 232-7381

Le Conseil canadien pour les Amériques (CCA) est un organisme à but non lucratif. Il a été créé en 1987 pour promouvoir les intérêts commerciaux en Amérique latine et dans les 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
145, rue Richmond Ouest, 3^e étage
Toronto (Ontario) M5H 2L2
Téléphone : (416) 367-4313
Télécopieur : (416) 367-5460

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

Association des manufacturiers canadiens
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

Association des transitaires canadiens
C.P. 929
Streetsville (Ontario)
L5M 2C5
Téléphone : (905) 567-4633
Télécopieur : (905) 542-2716

Service d'invitations ouvertes à soumissionner
C.P. 22011
Ottawa (Ontario) K1V 0W2
Téléphone : 1-800-361-4637 ou
(613) 737-3374

Association canadienne de normalisation
178, boul. Rexdale
Rexdale (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

CONTACTS IMPORTANTS

MEXIQUE

Secrétariat au commerce et au développement industriel
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)
Dirección General de Servicios al Comercio Exterior
Alfonso Reyes No. 30, Piso 10
Col. Hipódromo Condesa
06170 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 729-9256/9257
Télécopieur : 729-9343

Secrétariat au commerce et au développement industriel
Bureau des normes
Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)
Dirección General de Normas (DGN)
Av. Puente de Tecamachalco No. 6
Col. Lomas de Tecamachalco
53950 Tecamachalco, Estado de México
Mexique
Téléphone : 729-9300
Télécopieur : 729-9477

Institut national de statistique, de géographie et d'informatique
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)
Edificio Sede
Av. Héroe de Nacosari No. 2301 Sur
Fraccionamiento Jardines del Parque
20270 Aguascalientes, Aguascalientes
Mexique
Téléphone : 918-6947
Télécopieur : 918-6945

Conseil national du soutien du revenu aux personnes à faible revenu
Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO)
Av. Insurgentes No. 489, Piso 4
Col. Hipódromo Condesa
06100 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 272-2614/0472, 271-1131
Télécopieur : 272-0607

Secrétariat du travail et du bien-être social
Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
Periférico Sur No. 4271, Edificio A
Col. Fuentes del Pedregal
14140 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 568-1720,
645-3969/5466
Télécopieur : 645-5466

Secrétariat à la santé
Secretaría de Salud (SS)
Lleja No. 7, Piso 1
Col. Juárez
06600 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 553-7670
Télécopieur : 286-5497

ASSOCIATIONS D'AFFAIRES ET PROFESSIONNELLES MEXICAINES

Chambre nationale de l'industrie des conserves alimentaires
Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias (CANAINCA)
Calderón de la Barca No. 359-200
Col. Polanco
11560 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 531-5939, 250-8929,
203-3987
Télécopieur : 203-9798

Chambre nationale de l'industrie des huiles, des graisses et des savons
Cámara Nacional de la Industria de Aceites, Grasas y Jabones
Melchor Ocampo No. 193, Torre A,
Piso 8
Col. Verónica Anzures
11300 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 260-6925
Télécopieur : 260-6589

Chambre nationale de l'industrie de la bière
Cámara Nacional de la Industria de la Cerveza y de la Malta
Horacio No. 1556
Col. Chapultepec Morales
11570 México, D.F.
Mexique
Téléphone : 280-9850/9852
Télécopieur : 280-0201

Chambre nationale de l'industrie des parfums et des cosmétiques

Cámara Nacional de la Industria de Perfumería y Cosmética

Gabriel Mancera No. 1134

Col. del Valle

03100 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 575-1883, 559-9018

Télocopieur : 575-2121

Chambre nationale de l'industrie de la production de tortilla

Cámara Nacional de la Industria de Producción de Masa y Tortilla (CNIPMT)

av. Juárez No. 97-401

Col. Centro

06040 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 510-0850, 518-3240

Télocopieur : 510-0850, 518-3240

Chambre nationale de l'industrie de la restauration et de la préparation des aliments

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados

Aniceto Ortega No. 1009

Col. del Valle

03100 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 604-3546, 688-9378

Télocopieur : 604-4086

Télocopieur : 604-4086

Association des manufacturiers mexicains

Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)

Av. San Antonio No. 256

Col. Ampliación Nápoles

03849 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 563-3400/0510

Télocopieur : 598-5888, 611-0633

Chambre nationale de commerce de Mexico

Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO)

Paseo de la Reforma No. 42

Col. Centro

06048 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 592-2677/2665

Télocopieur : 592-3571

Chambre nationale de l'industrie laitière

Cámara Nacional de Industriales de la Leche (CANILEC)

Benjamín Franklin No. 134

Col. Escandón

11800 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 271-2100/3848

Télocopieur : 271-3798

Chambre nationale de l'industrie pharmaceutique

Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica

Av. Cuauhtémoc No. 1481

Col. del Valle

033610 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 688-9477/9817

Télocopieur : 604-9808

Chambre nationale de l'industrie de la boulangerie

Cámara Nacional de la Industria Panificadora

Dr. Liceaga No. 96

Col. Doctores

06220 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 578-9277

Télocopieur : 761-8924

Chambre nationale de l'industrie de la pêche

Cámara Nacional de la Industria Pesquera

Manuel María Contreras No. 133-401

Col. Cuauhtémoc

06500 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 566-9411, 546-5234

Télocopieur : 705-1102

Chambre nationale de l'industrie du sucre et de l'alcool

Cámara Nacional de las Industrias Azucarera y Alcohólera

Río Niágara No. 11

Col. Cuauhtémoc

06500 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 533-3040 à 49

Télocopieur : 511-7803, 207-6592

Chambre nationale du maïs transformé

Cámara Nacional del Maíz Industrializado

Londres No. 39-101

Col. Juárez

06600 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 514-1220, 533-0704

Télocopieur : 533-0704

Conseil national des empaqueteurs de viande froide

Consejo Nacional de Empacadores de Carnes Frías y Embutidos

Miguel Angel de Quevedo No. 350

Col. Coyoacán

04000 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 658-1120/8347

Télocopieur : 658-3688

Foires commerciales

CONFITEXPO

Av. Baja California No. 32-A

Col. Roma

06760 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 564-0329

Télocopieur : 564-0329

EXPO ALIMENTOS

Av. Fundidora No. 501

Primer Nivel, Local 22

Col. Obrera

64010 Monterrey, Nuevo León

Mexique

Téléphone : 369-6660/6969

Télocopieur : 369-6660

EXPO PAN

Congresos, Exposiciones y Promociones, S.A.

José María Bustillos No. 49

Col. Algarín

06880 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 519-6600

Télocopieur : 538-8679

EXPO CANILEC

Chambre nationale de l'industrie laitière

Cámara Nacional de Industriales de la Leche (CANILEC)

Benjamín Franklin No. 134

Col. Escandón

11800 México, D.F.

Mexique

Téléphone : 271-2100/2884

Télocopieur : 271-3798