



Agriculture and  
Agri-Food Canada

Agriculture et  
Agroalimentaire Canada



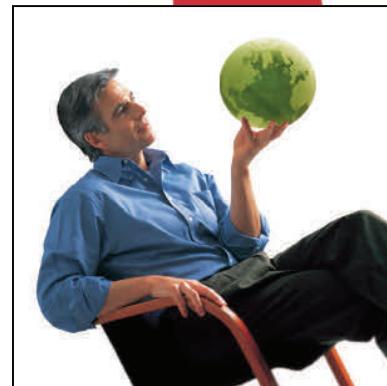
**International  
Markets  
Bureau**

RAPPORT SUR LES INDICATEURS DE MARCHÉ | OCTOBRE 2012

## Tendances en matière d'emballage et d'étiquetage des produits alimentaires au Mexique



Source : Shutterstock



# Tendances en matière d'emballage et d'étiquetage des produits alimentaires au Mexique



## ► RÉSUMÉ

L'économie mexicaine a été ébranlée par la crise mondiale entre 2008 et 2010, et de nombreux consommateurs ont vu leur revenu réel disponible diminuer durant cette période. En conséquence, ils ont réduit leurs dépenses et se sont tournés vers des marques moins chères et des emballages de plus petite taille et moins coûteux, souvent en plastique souple. Même si les Mexicains jouissant d'un revenu élevé peuvent continuer d'opter pour des emballages plus chers, le marché des produits vendus dans un emballage bon marché devrait poursuivre sa forte croissance étant donné que l'économie mexicaine se rétablit lentement.

La population mexicaine en âge de travailler est fortement urbanisée, et la plupart des gens ont un emploi du temps plus chargé qu'avant. Par conséquent, la demande de produits prêts à servir est forte dans de nombreux marchés d'aliments et de boissons au Mexique. Les emballages compartimentés, qui permettent de séparer les aliments qui composent un mets, gagnent en popularité dans l'industrie alimentaire, car ils sont à la fois attrayants et pratiques pour le consommateur. Les Mexicains recherchent des produits de consommation qui leur simplifient la vie en leur faisant économiser temps et ressources lorsqu'ils transportent, ouvrent et consomment des produits et lorsqu'ils se débarrassent des emballages vides.

La segmentation de la clientèle oriente les tendances en matière d'étiquetage des produits alimentaires, les fabricants choisissant le texte de l'étiquette en fonction des besoins et des intérêts de groupes particuliers de consommateurs. Les fabricants doivent également se conformer aux règles d'étiquetage obligatoires dans le cas de certains produits, dont les aliments préemballés et les boissons non alcoolisées.

## ► DANS CE NUMÉRO

Résumé	2
Facteurs clés et principales tendances	3
Emballages des produits alimentaires	4
Étiquetage des produits alimentaires	7
Conformité aux lois et règlements	8
Principales ressources	9



Source : Mintel

*En 2011, environ 62 % des nouveaux produits lancés sur le marché mexicain étaient vendus dans des emballages en plastique souple de 50 g.*

*Source : Mintel.*



## ► FACTEURS CLÉS ET PRINCIPALES TENDANCES

### Facteurs : Les consommateurs et l'industrie

- ▶ Certains consommateurs mexicains exercent des pressions sur les producteurs de plastique pour qu'ils utilisent des résines biodégradables issues de plantes plutôt que du pétrole.
- ▶ Les consommateurs recherchent des emballages recyclés ou recyclables. Par conséquent, divers nouveaux produits comportent maintenant un emballage qui répond à ces demandes.
- ▶ À titre d'exemple, Walmart a lancé un outil d'évaluation qui permet aux fournisseurs de l'entreprise de se comparer entre eux en fonction de différents paramètres liés à l'emballage durable. La fiche d'évaluation porte sur divers aspects de l'emballage (p. ex., l'emballage est-il recyclé, réduit, réutilisé, renouvelable?).
- ▶ L'emballage établit une distinction entre les produits de créneau, les produits haut de gamme et les produits économiques, ce qui permet de répondre aux besoins des consommateurs à faible revenu comme à ceux des consommateurs qui touchent un revenu élevé. Les emballages souples et les emballages en papier sont souvent utilisés dans le cas des marques économiques tandis que les produits de qualité supérieure sont plutôt emballés dans du plastique rigide ou des boîtes pliantes. Les emballages en carton pour contenu liquide servent le plus souvent aux jus de fruits et de légumes tandis que le verre est utilisé pour une petite fraction uniquement des produits de qualité supérieure. Les Mexicains considèrent que la qualité du produit est étroitement liée à son emballage.
- ▶ L'industrie mexicaine de l'emballage adopte lentement les tendances mondiales. La plupart des changements dans les pratiques de l'industrie se produisent lorsque de nouvelles entreprises ou des multinationales lancent leurs produits dans d'autres pays.

### Tendances : Contrôle des portions, étiquetage nutritionnel et commodité

- ▶ Les fabricants d'aliments et de boissons emballés sont en mode « portions réduites ». D'après Productscan Online, ces fabricants réagissent aux préoccupations concernant l'obésité en réduisant la taille des portions et les formats d'emballage, en particulier pour les croustilles et les autres grignotines.
- ▶ En 2010, plusieurs fabricants de produits laitiers ont lancé des produits en portions individuelles, ce qui répond aux besoins des consommateurs qui souhaitent contrôler leurs portions. Non seulement ce format permet aux consommateurs de manger sur le pouce, mais il permet aussi de contrôler l'apport nutritif par portion. Pour attirer ces consommateurs, les fabricants communiquent le nombre de calories que contiennent leurs produits et d'autres renseignements nutritionnels. Les producteurs laitiers adoptent aussi l'idée de vendre leurs produits en portions individuelles regroupées (vendues comme une seule unité) qui seront consommées tout au long de la semaine. Les collations sur le pouce et les portions individuelles qui répondent au besoin de commodité des Mexicains gagnent en popularité.
- ▶ Depuis quelques années, les consommateurs du monde entier se préoccupent davantage de leur santé, et les Mexicains suivent le mouvement. Pour faire des choix santé, les consommateurs se fient à l'information nutritionnelle ou aux allégations santé indiquées sur l'emballage des produits. Pour attirer l'attention des consommateurs, les fabricants font mention des renseignements nutritionnels sur l'étiquette afin de mettre en évidence la valeur nutritive des produits ou leurs bienfaits pour la santé. On observe une autre tendance de plus en plus importante sur le marché des produits laitiers : les emballages spéciaux visant à attirer les enfants. Les produits destinés aux enfants affichent des couleurs attrayantes, mettent souvent en vedette les personnages préférés de cette jeune clientèle et sont le plus souvent vendus en portions individuelles pour les boîtes à lunch.
- ▶ La diminution du revenu de certains consommateurs a forcé l'industrie à offrir des produits plus abordables, dans des formats plus petits. La demande de produits à consommer sur le pouce a aussi incité les fabricants à se tourner vers des emballages qui peuvent être ouverts et refermés à de nombreuses reprises, ce qui réduit les déchets et permet aux produits de se distinguer visuellement de ceux des concurrents.



## ► EMBALLAGE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

### Types d'emballage au Mexique – Données historiques et prévisions – Volume des ventes au détail en millions d'unités

Type d'emballage	2006	2007	2008	2009	2010	2011*
Nombre total de produits emballés	59 322,4	61 427,3	61 896,0	61 523,4	63 812,7	65 771,3
Métal	3 268,4	3 376,5	3 435,8	3 411,0	3 514,3	3 632,2
Boîte de conserve (aliments)	2 981,5	3 085,0	3 148,8	3 124,7	3 219,2	3 332,1
Canette (boissons)	10,3	10,2	9,4	7,9	7,3	7,0
Contenant en métal générateur d'aérosol	43,8	44,1	40,7	42,1	53,4	58,4
Boîte en métal	226,8	230,7	231,1	230,8	228,5	228,8
Autres emballages en métal	6,0	6,5	5,9	5,5	5,8	5,9
Plastique rigide	8 847,5	9 051,1	9 009,6	9 250,7	9 774,1	10 172,3
Bouteille PET	1 133,3	1 071,9	976,4	965,0	1 023,2	1 053,8
Bocal PET	173,6	182,6	185,5	209,2	222,4	236,8
Contenant en plastique à parois minces	3 852,2	3 900,8	3 770,4	3 845,2	4 008,5	4 142,7
Tube en plastique	8,6	9,7	12,5	15,3	16,4	17,7
Autres contenants rigides	795,1	854,9	900,0	930,6	965,9	1 001,8
Bouteille PEHD	2 614,7	2 746,7	2 867,5	2 978,0	3 212,3	3 375,3
Plateau en plastique	269,9	284,5	297,3	307,3	325,4	344,3
Plateau – Aliments prêts à servir	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres plateaux en plastique	269,9	284,5	297,3	307,3	325,4	344,2
Verre	868,6	878,0	842,3	817,2	813,3	814,6
Bouteille en verre	153,9	165,2	155,1	143,7	149,0	157,8
Bocal en verre	714,7	712,9	687,2	673,5	664,3	656,9
Emballage en carton pour contenu liquide	3 883,6	4 168,4	4 040,4	4 093,9	4 191,8	4 279,1
Carton à pignon	1 355,5	1 322,0	1 184,3	699,2	674,9	656,6
Brique	2 489,4	2 805,2	2 816,7	2 906,0	3 043,8	3 160,7
Autres emballages en carton pour contenu liquide (autres formes)	38,7	41,1	39,4	488,6	473,2	461,9
Emballage en papier	5 550,3	5 752,0	5 815,5	5 832,0	6 097,0	6 265,1
Boîte pliante	5 395,5	5 592,8	5 654,5	5 671,9	5 929,4	6 094,7
Contenant composite	96,6	99,1	101,1	99,5	104,8	106,9
Contenant rond en carton	57,3	59,2	58,9	59,6	61,8	62,5
Plateau en papier	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0
Emballage souple	36 904,0	38 201,3	38 752,4	38 118,6	39 422,2	40 607,9
Sachet à fond plat	716,7	770,2	770,1	790,7	822,0	862,3
Sachet en plastique	556,6	588,3	581,0	596,5	619,6	651,6
Sachet en aluminium et en plastique	160,1	181,9	189,1	194,2	202,4	210,7
Plastique souple	28 051,0	29 064,4	29 584,5	29 183,9	30 200,0	31 023,9
Papier d'aluminium	704,2	715,4	719,6	715,7	727,4	726,4
Emballage souple en papier	6 788,9	6 956,0	6 949,7	6 687,1	6 880,6	7 145,1
Emballage souple en aluminium et en plastique	148,2	157,0	172,2	175,5	183,5	191,9
Emballage souple en aluminium et en papier	357,3	387,7	384,6	379,1	397,5	410,8
Plaquette	137,7	150,6	171,7	186,6	211,2	247,5

\* Note: Les prévisions pour 2011 sont les statistiques les plus récentes disponibles au moment de l'écriture.

Source : Euromonitor, Mexico Packaging



## ► EMBALLAGE DES PRODUITS ALIMENTAIRES (suite)

Répartition (en %) des nouveaux produits lancés sur le marché mexicain en 2011 selon le type d'emballage

	Emballage souple	Bouteille	Carton	Bocal	Boîte	Sachet souple à fond plat	Sachet souple
Produits de boulangerie-pâtisserie	12,1	0,1	0,7	0,2	0,1	0,4	0,1
Sauces et assaisonnements	0,7	5,3	0,3	3,5	1,1	0,5	0,3
Grignotines	8,8	0	0,2	0,5	0,1	1,0	0,4
Sucrerie et gommes à mâcher	7	0,1	1,0	0,2	0,3	0,2	1,0
Produits laitiers	1,7	1,3	1,9	0,3	0,4	0,2	0,5
Produits à base de poisson, de viande et d'œufs transformés	3,5	0	0,1	0,1	1,0	1,0	1,1
Confiseries au chocolat	3,7	0	1,7	0,3	0,1	0,4	0,1
Fruits et légumes	1,2	0	0,1	0,4	1,4	0,2	0,1
Céréales pour petit déjeuner	2,5	0	0,1	0	0	0,2	0,2
Repas et éléments principaux de repas	1,3	0	0,2	0	0,2	0,2	0,5

Source : Mintel GNPD, Mexico Food Packaging New Product Releases, pour les 12 mois se terminant à le 12 décembre, 2011.



Produit de fromage fondu vendu dans un sachet en plastique souple à fond plat de 300 g au prix de 3,28 \$US. Ce fromage aux piments Jalapeño est offert congelé dans un sachet souple, un emballage qui gagne en popularité. Les allégations qui accompagnent le produit sont « utilisable au four à micro ondes », « facile à préparer » et « préparation rapide ».



Ces biscuits de grains entiers sont vendus dans un sachet en plastique souple de 1,89 kg au prix de 5,77 \$US. La principale allégation qui accompagne le produit est « 100 % naturel ». Le fabricant a eu la bonne idée d'opter pour un emballage souple. Le produit consiste en 18 sachets individuels de deux biscuits. Ce type d'emballage a aussi permis à l'entreprise de combiner six variétés différentes.

Source : Mintel

### Formats courants selon les types d'emballage les plus populaires – Volume des ventes en millions d'unités en 2011

Type d'emballage	Format								
	5 g	15 g	50 g	60 g	64 g	65 g	125 g	150 g	200 g
Plastique rigide – Contenant en plastique à parois minces				245	1 781	165	895	234	
Emballage souple – Plastique souple	2 175	1 443	2 961		1 781				2 175

Source : Euromonitor; les données sont de la douzième decembre, 2011.



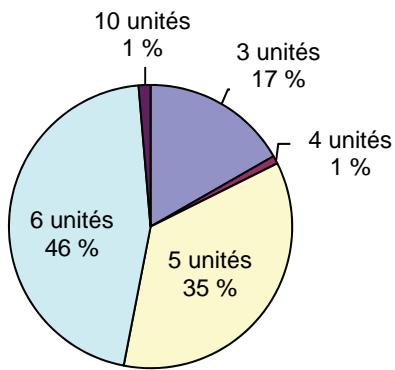
## ► EMBALLAGES DES PRODUITS ALIMENTAIRES (suite)

### Modes de fermeture les plus courants pour les types d'emballages les plus populaires – Volume des ventes en millions d'unités

Type d'emballage	Mode de fermeture	2011
Plastique rigide	Détachable – Aluminium	4 292,9
	Détachable – Papier	1 946,9
	Bouchon à vis en plastique	1 753,8
	Autres fermetures en plastique	1 310,8
	Distributeur en plastique	327,0
	Couvercle coiffant en plastique	177,1
	Détachable – Plastique	156,7
	Bouchon à vis en métal	1,6
Contenant en plastique à parois minces	Détachable – Papier	1 946,9
	Détachable – Aluminium	1 664,2
	Autres fermetures en plastique	338,8
	Couvercle coiffant en plastique	176,7
	Détachable – Plastique	156,7
	Détachable – Aluminium	12,1

Source : Euromonitor, Food Packaging Closures ; les données sont de la douzième décembre, 2011.

### Répartition (en %) des nouveaux produits lancés sur le marché en 2012 selon le format d'emballage groupé



Source : Euromonitor, Food Packaging Multipacks.

## ► ÉTIQUETAGE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

La segmentation de la clientèle oriente les tendances et les innovations en matière d'étiquetage. Les fabricants préparent le texte des étiquettes de leurs produits alimentaires de manière à mettre en évidence l'information qui importe le plus pour le groupe de consommateurs visé (défini selon l'âge, le sexe ou le mode de vie).

Les personnes âgées sont attirées par les étiquettes traitant des questions de santé qui les concernent. Le sexe et le mode de vie sont aussi des facteurs qui influent sur l'étiquetage. Pour les femmes et les enfants, les produits dont l'étiquette fait mention d'un profil nutritionnel particulier tout en soulignant les propriétés fonctionnelles dominent les tablettes des commerçants. Les allégations telles que « riche en antioxydants », « collation de 100 calories », « forte teneur en vitamines/vitamines ajoutées » « hypocalorique » et « sans gras trans » sont les plus courantes.



## ► ÉTIQUETAGE DES PRODUITS ALIMENTAIRES (suite)

La Fédération internationale du diabète estime que plus de 10 % des Mexicains ont du diabète. Les fabricants ont tenté de tirer profit de la situation en lançant sur le marché des variantes santé de produits de confiserie. Dans certaines catégories, comme celles des produits de confiserie et des produits de boulangerie-pâtisserie, la plupart des produits lancés sur le marché en 2009 comportaient la mention « à faible teneur en sucre/sans sucre » ou « hypocalorique » sur l'étiquette. Il s'agit des deux principales allégations ayant accompagné les nouveaux produits lancés sur le marché mexicain des produits de confiserie.

De plus en plus de Mexicains prennent la décision de vivre seuls et ils font généralement de l'aspect pratique une priorité quand vient le temps de choisir des aliments et des boissons. En conséquence, la commodité des produits joue un rôle important pour orienter les décisions d'emballage, mais aussi les décisions d'étiquetage.

**Nombre total de nouveaux produits lancés sur le marché mexicain en 2011,  
selon la catégorie et les allégations**

	Teneur réduite en	Naturel	Convenable pour	Pratique	Éthique et écologique	Teneur accrue en	Fonctionnel	Segment de population*	Nombre de produits
Produits de boulangerie-pâtisserie	157	96	113	63	144	103	25	12	749
Grignotines	157	102	117	73	64	38	30	17	625
Sauces et assaisonnements	65	121	78	37	41	6	10	0	370
Produits laitiers	102	27	65	41	17	79	38	17	409
Produits à base de poisson, de viande et d'œufs transformés	50	47	26	130	25	8	5	2	308
Sucreries et gommes à mâcher	53	18	40	17	42	4	6	29	226
Céréales pour petit déjeuner	35	52	40	16	58	74	25	28	352
Repas et éléments principaux de repas	13	23	7	69	16	4	3	1	150
Fruits et légumes	17	41	23	37	19	10	5	2	161
Plats d'accompagnement	13	25	31	27	20	10	2	1	138

**Source :** Mintel, GNPD, Mexico New Product Launches; pour les 12 mois se terminant à le 12 décembre, 2011.

**\*Note:** L'allégation « segment de population » est celle où un produit est destiné à un groupe d'âge particulier. Par exemple, un produit peut être commercialisé comme prévu pour les tout-petits, les enfants, les personnes âgées ou les femmes adultes.

Amandes grillées vendues au prix de 4,86 \$US dans un sachet souple à fond plat de 150 g composé d'un matériau multilaminé. L'étiquette sur le devant du produit indique que ce dernier est 100 % naturel, qu'il ne contient ni colorant, ni cholestérol ni agent de conservation et qu'il renferme des fibres naturelles. De plus, l'étiquette précise que le produit est certifié casher.

**Source :** Mintel





## ► CONFORMITÉ AUX LOIS ET RÈGLEMENTS

### Lois et règlements

La réglementation mexicaine à l'égard de l'emballage est assez limitée. Cela ne signifie pas pour autant que l'emballage est de piètre qualité au Mexique, car le milieu concurrentiel motive les entreprises à offrir des produits de meilleure qualité à des prix intéressants. De plus, les entreprises mexicaines exportent des produits emballés dans des pays où la réglementation est très stricte. On peut donc penser que les emballages au Mexique correspondent à peu près à ce qui se trouve dans les autres pays développés sur le plan de la qualité, de la technologie et de la fonctionnalité.

Au Mexique, il n'y a pas de loi ou de règlement visant précisément à encourager le recyclage. Toutefois, à la fin de 2003, le Congrès mexicain a adopté une loi sur les déchets résiduaires définissant le cadre juridique pour les activités d'emballage et de recyclage. En vertu de cette loi, les déchets solides (y compris les emballages) doivent être recyclés, bien qu'aucune obligation précise n'ait été établie, et ce, même si un cadre juridique pour la protection de l'environnement est en place depuis 1998. En 2010, la loi ne prévoyait toujours pas de dispositions obligeant les entreprises d'emballage à recycler.

### Gestion des déchets

La gestion des déchets demeure un problème majeur au Mexique. Les consommateurs ne sont pas encouragés à trier leurs déchets et à recycler, et ils n'ont les moyens de le faire. La ville de Mexico s'est dotée d'une loi obligeant les ménages à séparer les déchets organiques des déchets inorganiques, mais cette loi n'est pas appliquée. De plus, les camions à ordures ne sont pas munis de bacs distincts pour les différents types de déchets, alors les déchets organiques et inorganiques finissent au même endroit de toute façon. La situation change peu à peu, les consommateurs étant de plus en plus préoccupés par l'amélioration des pratiques de gestion de déchets.

Le métal est le type d'emballage qui est le plus souvent recyclé au Mexique, l'infrastructure connexe étant plus développée. On dénombre plusieurs installations et entreprises qui recyclent les emballages en métal au Mexique. Le papier est le deuxième type d'emballage le plus souvent recyclé (taux de recyclage de 85 %). De nombreuses entreprises utilisent la fibre secondaire pour l'emballage; seulement une petite fraction des entreprises utilisent la fibre vierge. Le taux de recyclage des emballages en verre est d'environ 55 %. Le plastique (rigide et souple) est le type d'emballage le moins souvent recyclé : d'après les sources de données commerciales, seulement 15 % des emballages en plastique sont recyclés.

### Ingrédients dangereux

Les pratiques d'étiquetage et de publicité pour les produits contenant des ingrédients dangereux, y compris les produits qui peuvent causer des allergies ou une intolérance, évoluent peu à peu. Ces produits ne disparaîtront sans doute jamais totalement du marché, mais de plus en plus de produits comportent une étiquette indiquant clairement le contenu – et cela deviendra un jour une exigence – ce qui permet aux consommateurs de prendre une décision éclairée.

D'après le rapport du Foreign Agriculture Service des États-Unis publié en décembre 2010 (rapport du GAIN n° MX0320), l'information qui doit figurer sur l'étiquette des aliments préemballés et des boissons non alcoolisées destinés à la vente au détail comprend l'information nutritionnelle et la liste des ingrédients et des additifs associés à une hypersensibilité, à une intolérance ou à une allergie. Les nouvelles directives concernant les allégations santé et les allégations nutritionnelles doivent également être respectées. Pour de plus amples renseignements, consultez la norme mexicaine officielle NOM-051-SCFI/Salud1-2010, qui est entrée en vigueur au milieu de 2011 : [http://www.foodlabels.com/pdf/Mexico\\_NOM-051-English.pdf](http://www.foodlabels.com/pdf/Mexico_NOM-051-English.pdf).



## ► CONFORMITÉ AUX LOIS ET RÈGLEMENTS

### Renseignements devant figurer sur l'étiquette

- ▶ Tous les renseignements doivent être en espagnol.
- ▶ La description ou le nom du produit doit être placé dans la zone principale de l'emballage ou de l'étiquette.
- ▶ Le numéro de lot peut être indiqué n'importe où sur l'emballage.
- ▶ Le pays d'origine doit être écrit en espagnol et peut être indiqué n'importe où sur l'emballage.
- ▶ Dans le cas des produits importés, les renseignements qui doivent être mentionnés concernant le fabricant et l'importateur sont les suivants : importateur, nom de l'entreprise, adresse, numéro au registre fédéral des contribuables (Registro Federal de Causante).
- ▶ La liste des ingrédients doit être précédée du mot « ingrédients ». Les ingrédients doivent être mentionnés en ordre décroissant de leur proportion dans l'aliment ou la boisson. Les additifs doivent être mentionnés lorsqu'ils ont une fonction technique dans le produit final.
- ▶ Le poids net doit être indiqué dans la zone principale de l'emballage ou de l'étiquette.
- ▶ La date d'expiration doit respecter les normes internationales du Codex et peut être indiquée n'importe où sur l'emballage.
- ▶ L'information nutritionnelle doit figurer sur l'emballage, sauf dans le cas de certains produits, comme les boissons alcoolisées.

## ► KEY RESOURCES

EUROMONITOR. Juin 2011. *Packaging Industry in Mexico*. Survol de l'industrie.

EUROMONITOR. Octobre 2011. *Pack Type*. Statistiques.

EUROMONITOR. Octobre 2011. *Pack Size*. Statistiques.

EUROMONITOR. Octobre 2011. *Size Band*. Statistiques.

EUROMONITOR. Octobre 2011. *Closures*. Statistiques.

EUROMONITOR. Novembre 2011. *Multipacks*. Statistiques.

DATAMONITOR. Septembre 2010. *Confectionery in Mexico*. « Product Insight Series Report », code de référence DMCM4773.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE. FOREIGN AGRICULTURAL SERVICE. 9 février 2008. *Mexico FAIRS Country Report Annual 2008*. « Gain Report », n° MX8314. Adresse : <http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200901/146327029.doc>.

Le gouvernement du Canada a préparé le présent document en se fondant sur des sources d'information primaires et secondaires. Bien que tous les efforts nécessaires aient été déployés pour s'assurer de l'exactitude de l'information Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité reliée aux conséquences possibles de décisions prises sur la base de ces renseignements.

**Tendances en matière d'emballage et d'étiquetage  
des produits alimentaires au Mexique**

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par  
le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire Canada (2012).  
ISSN 1920-6623  
No AAC. **11528F**

**Références photographiques**

Toutes les photographies reproduites dans la présente publication sont utilisées avec la permission des détenteurs des droits sur ces photographies. À moins d'avis contraire, Sa Majesté la Reine du chef du Canada détient les droits d'auteur sur toutes les images.

Pour obtenir des exemplaires additionnels de cette publication ou pour demander un exemplaire sur support de substitution, veuillez communiquer :  
Agriculture et Agroalimentaire Canada  
1341, chemin Baseline, Tour 5, 4<sup>e</sup> étage  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0C5  
Courriel : [infoservice@agr.gc.ca](mailto:infoservice@agr.gc.ca)

Also available in English under the title:  
**Food Packaging and Labeling Trends in Mexico**

