




## La constitution de partenariats

## Partenariat



- ↪ Modes de pénétration du marché
- ↪ Trouver un partenaire
- ↪ Négocier le partenariat




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

14 de 18

**Objectifs de cette session**

À la fin de cette session, les participants devraient :

- connaître les divers modes de pénétration du marché mexicain;
- comprendre les avantages et les inconvénients des partenariats;
- réfléchir au type de partenaire qui serait le mieux adapté pour leur société; et
- être en mesure d'entamer les négociations avec un partenaire éventuel.

Les sociétés canadiennes qui ont réussi au Mexique disent le plus souvent que l'instauration d'une relation avec un associé mexicain a été un élément essentiel de leur stratégie de pénétration du marché. C'est ce qu'on entend souvent par la constitution d'un partenariats mais cela n'implique pas nécessairement un partenariat officiel au sens où on le comprend au Canada. Un partenaire mexicain peut être un agent, un représentant, un partenaire dans une coentreprise ou faire partie d'une alliance stratégique. Même si certaines entreprises plus importantes choisissent de monter leur propre filiale mexicaine, certaines formes de partenariats sont couramment choisies par les PME. Desservir le marché mexicain directement à partir du Canada ne convient que pour un petit nombre de marchés spécialisés. C'est ainsi que certaines écoles canadiennes de langue commercialisent des services au Mexique mais