
LES AGENTS ET LES DISTRIBUTEURS

La méthode la plus courante pour se présenter sur le marché mexicain est, pour une société canadienne, de passer une entente avec un agent ou un distributeur. La seule différence entre les deux est le niveau de responsabilité que chacun prendra. Un agent agit au nom de la société canadienne et a le pouvoir de passer des ententes qui lient celle-ci. Il lui incombe donc de toujours agir dans l'intérêt de la société qu'il représente. Il est donc essentiel de trouver un agent qui ne soit pas exposé à des conflits d'intérêts et de définir dans le contrat d'agence les limites précises des pouvoirs et des responsabilités de cet agent. Certaines sociétés canadiennes embauchent des employés mexicains pour agir comme agents.

Par contre, un distributeur agit pour son propre compte. Il ne peut pas engager un fournisseur canadien mais il aura une grande marge de manœuvre sur la façon dont les produits seront revendus. De façon traditionnelle, le distributeur devient le propriétaire des biens, mais il arrive également qu'il s'en occupe en consignation. Les contrats de distribution doivent fixer des limites précises pour les prix, la région géographique desservie et les produits concurrents. Ces contrats peuvent également comprendre des dispositions pour le service à la clientèle et le respect des garanties mais, à la différence des contrats d'agence, le distributeur n'est pas tenu à l'obligation générale d'agir dans le meilleur intérêt du fournisseur canadien.

LA FABRICATION CONJOINTE

Certaines sociétés canadiennes arrivent sur le marché mexicain grâce à des ententes de co-fabrication avec des producteurs locaux. Le produit est fabriqué au Mexique en utilisant un ensemble de techniques de conception, des technologies, des produits et des éléments fournis par le partenaire canadien. Les conditions de ces ententes peuvent aller d'une simple redevance de fabrication, auquel cas le partenaire mexicain travaille en échange d'honoraires, à des coentreprises dans lesquelles les deux partenaires partagent les risques.

LES SOCIÉTÉS MEXICAINES DE VENTE

Une autre façon de pénétrer le marché mexicain est d'ouvrir un bureau local de vente ou une société mexicaine qui sera le fournisseur exclusif du produit du fournisseur canadien. Il peut s'agir d'un *bureau de représentation* qui n'a pas alors à être incorporé ou enregistré au Mexique, à condition qu'il ne réalise pas directement de ventes ni ne reçoive de revenus d'origine mexicaine. S'il faut assurer un soutien plus complexe, une société mexicaine peut être incorporée pour s'occuper de toutes les affaires de la société canadienne. Une telle société peut appartenir en totalité à des intérêts étrangers.

ÉTABLIR DES CONTACTS

La participation aux foires commerciales au Mexique est une façon très efficace pour établir des contacts. Les meilleures foires commerciales sont celles qui sont parrainées par des associations commerciales locales ou par les organismes industriels canadiens ou américains. L'ambassade du Canada à Mexico et le bureau commercial à Monterrey peuvent apporter de l'aide. Certaines entreprises embauchent des courtiers neutres. Ils présentent les acheteurs et les vendeurs en échange d'honoraires mais ne représentent aucune des parties.

