

## LES EXPORTATIONS INDIRECTES

### L'EXPÉRIENCE CANADIENNE - OSCARDO INC. L'ÉCHANGE DE LA TECHNOLOGIE CANADIENNE CONTRE L'ACCÈS AU MARCHÉ MEXICAIN

Eduardo Lulka, président d'*Oscardo*, est originaire du Mexique et c'est donc tout naturellement qu'il s'est tourné vers ce pays comme premier marché d'exportation pour son entreprise de fabrication de cravates en pelaine croissance implantée à Toronto. Dix pour cent des ventes de l'entreprise se font sur le marché mexicain et M. Lulka s'attend à une croissance considérable de ses ventes non seulement au Mexique, mais dans toute l'Amérique latine.

M. Lulka a décidé de travailler avec une entreprise mexicaine qui fabrique une gamme de produits non concurrentiels mais qui est destinée au même type de détaillants. Comme l'a signalé M. Lulka : «Les détaillants au Mexique sont habitués à travailler avec le propriétaire : ils entretiennent avec eux des relations directes qui s'appuient sur plusieurs années d'affaires ensemble. Les détaillants ne font que commencer à apprendre à traiter avec les distributeurs.»

Le premier partenaire mexicain d'*Oscardo* a fait faillite et Eduardo et Oscar Lulka ont par la suite créé une nouvelle entreprise en partenariat avec un distributeur mexicain de vêtements pour hommes afin de fabriquer des cravates bas de gamme et de distribuer au Mexique les cravates de soie de haute qualité fabriquées au Canada. *Oscardo* a envisagé de produire ses cravates haut de gamme au Mexique mais a découvert qu'il pouvait les fabriquer de façon plus concurrentielle grâce à la technologie de pointe et à la main-d'œuvre compétente de son usine de Toronto. *Oscardo* utilise également son expertise technique et en commercialisation pour aider son partenaire mexicain à améliorer son efficacité dans la fabrication et à développer des marchés d'exportation.

D'après M. Lulka, le consommateur mexicain est très intéressé par la mode. La largeur des cravates change aussi fréquemment qu'au Canada et à peu près en même temps, mais les hommes d'affaires mexicains ont tendance à être plus conservateurs. «Nous ne pourrions pas vendre de fleurs criardes mais le consommateur cherche quelque chose de plus traditionnel, de net et de classique.»

Les entreprises canadiennes qui envisagent d'exporter leurs produits au Mexique pour la première fois peuvent être rebutées par les difficultés et les complexités du transport, du dédouanement et de la distribution. Il y a toutefois d'autres solutions que de tout faire soi-même. Les entreprises plus petites avec des ressources limitées ou celles qui veulent tout simplement tester le marché avant de s'y engager peuvent vendre leurs produits à un intermédiaire au Canada, laissant à celui-ci le soin de faire l'exportation. Parmi les intermédiaires de ce genre il y a les sociétés de gestion des exportations, les maisons de commerce, les courtiers et les acheteurs étrangers.

**Les sociétés de gestion des exportations :** Il y a des sociétés dont l'activité est de chercher des possibilités à l'étranger pour leurs clients. Le plus souvent, elles représenteront plusieurs fabricants qui ne se font pas concurrence et offriront leurs services en échange d'une commission, d'une provision ou de frais fixes. Ces entreprises ont tendance à se spécialiser dans des secteurs particuliers, pour des types de produits particuliers ou par pays et ont des relations bien établies avec des réseaux de distributeurs étrangers qui connaissent bien toutes les exigences d'emballage, de documentation et d'expédition.

**Les maisons de commerce :** À la différence des sociétés de gestion des exportations, les maisons de commerce prennent possession des biens expédiés à l'étranger et paient directement le fabricant. Cela permet d'encaisser rapidement le montant des ventes destinées à l'exportation. Certaines maisons de commerce fournissent également une gamme plus vaste de services comme de s'engager à atteindre et à conserver un certain niveau de vente. En retour, le fabricant pourra devoir accepter de maintenir des stocks à des niveaux donnés et de garantir des délais d'approvisionnement. Le fabricant, dans ces cas-là, pourra également avoir à prendre certains engagements concernant la publicité, l'emballage, la détermination du prix et le financement.

**Les acheteurs étrangers :** Certains organismes mexicains comme des agences gouvernementales ou des sociétés du secteur privé ont des agents qui achètent en leur nom dans les pays étrangers. Dans de tels cas, la transaction se fait au Canada et l'agent assume la responsabilité de l'expédition des biens au Mexique.

**Les courtiers :** Enfin, il y a des courtiers indépendants d'import-export qui se spécialisent dans des produits donnés. Ils agissent à titre d'intermédiaires indépendants qui reçoivent des commissions en fonction de la valeur des transactions qu'ils réalisent. Dans certains cas, ils peuvent fournir les services de documentation, d'étiquetage, d'emballage et de commercialisation.

Quelles que soient les ententes, l'exportation indirecte n'exige que peu ou pas de connaissances du marché mexicain, aucune expérience du commerce international et ne demande que très peu de ressources. C'est une solution beaucoup moins risquée pour l'entreprise que de tenter d'exporter ses produits soi-même et, si c'est la solution que vous retenez, vous serez probablement payés beaucoup plus rapidement. Par contre, vous n'exercez que peu de contrôle sur ce qu'il advient de vos produits et sur la façon dont ils seront positionnés au Mexique. Vous n'entrez pas en contact direct avec les clients mexicains et vous ne pouvez donc recueillir que peu d'informations sur leurs besoins ou leurs préférences. En conséquence vous pourrez fort bien n'accaparer qu'une petite partie du marché éventuel total pour votre produit. De plus, quand vous faites appel à de tels intermédiaires, vous devez partager les profits avec davantage de personnes pour une transaction donnée et ce sont vos propres profits qui diminuent.