

LES ACHETEURS DE LOGEMENT

KML ENGINEERED HOMES

KML Engineered Homes est un constructeur de bâtiments à partir d'éléments d'acier. Les produits de l'entreprise sont préfabriqués dans son usine de Toronto, puis montés sur le site de l'acheteur. Les clients se trouvent dans divers pays du monde et KML a mis au point un produit qui répond aux exigences techniques d'une vaste gamme de codes de construction. Certaines caractéristiques sont standard, comme l'isolation thermique totale. D'autres caractéristiques de ces bâtiments peuvent par contre être adaptées afin de répondre aux goûts locaux et de satisfaire les exigences des clients.

M. Eli Shvili, un dirigeant de KML, précise que l'entreprise s'est davantage intéressée au Mexique avec l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Il est vite devenu évident pour elle que les Mexicains ont une préférence marquée pour les constructions qui semblent solides et qui peuvent résister aux ouragans et aux tremblements de terre. Les maisons de KML satisfont à ces exigences tant par leur conception que par leur construction en acier. M. Shvili précise toutefois ici que ces maisons sont destinées aux tranches supérieures du marché pour lesquelles la qualité est plus importante que le prix. Cela a amené l'entreprise à réaliser qu'elle aurait avantage à s'intéresser à la classe moyenne du Mexique en pleine croissance.

Grâce à leur expérience dans d'autres pays, les dirigeants de KML savaient qu'avoir une présence locale est une façon efficace de pénétrer un marché. «Ils connaissent les règles du jeu», dit M. Shvili, et ils connaissent bien le marché. Il est indispensable d'avoir une compréhension exacte du marché ajoute-t-il. Au Mexique, l'élasticité des prix varie beaucoup en fonction des régions. «Un prix qui peut être concurrentiel dans un rayon de dix kilomètres de Mexico ne le sera pas au Chiapas.» Choisir le bon partenaire et établir une relation de confiance prend énormément de temps de la haute direction, sans parler des autres ressources que cela requiert. Malgré ces coûts, les dirigeants de KML sont convaincus que le partenariat est l'approche la plus efficace.

Pour l'instant, KML et son partenaire mexicain n'ont pas atteint les niveaux de vente espérés. La dévaluation du peso en décembre 1994 a eu un effet dévastateur sur les consommateurs de classe moyenne qui étaient la cible privilégiée pour les produits de l'entreprise. On ne sait pas encore avec précision si ce groupe cible bénéficiera de la reprise quand l'économie mexicaine se stabilisera à nouveau progressivement.

Seuls les Mexicains les plus aisés peuvent obtenir des hypothèques des banques. Les travailleurs à revenu moyen ont accès à des prêts des fonds de pension alors que les travailleurs à faible revenu doivent s'en remettre aux programmes du gouvernement.

On peut répartir les acheteurs de nouvelles maisons en deux groupes : ceux qui ont accès au financement hypothécaire et ceux qui ne l'ont pas. Pour l'essentiel, le financement disponible par l'intermédiaire des banques a été attribué aux propriétaires de maisons ayant des revenus allant de moyen à supérieur parce que la forte demande pour ces niveaux de revenu permet aux banques de rejeter les emprunteurs n'ayant pas des revenus suffisants. Les emprunteurs ayant accès au financement traditionnel sont les personnes très riches, qui peuvent payer comptant une nouvelle maison, ainsi que celles ayant un revenu suffisant pour obtenir une hypothèque traditionnelle et faire le paiement initial relativement important exigé.

Les acheteurs à revenu intermédiaire ont souvent accès à des prêts du système mexicain de régimes de pension obligatoires ou ils peuvent obtenir des hypothèques garanties par le gouvernement auprès des banques commerciales. Les acheteurs à revenu plus faible doivent, pour l'essentiel, s'en remettre aux programmes de logement du gouvernement. Certains de ces programmes permettent l'achat de lots viabilisés et la construction progressive. Le montant total de crédit accordé par ces établissements de prêts a augmenté de huit pour cent en 1994, pour atteindre 11 milliards de dollars US.

Les nouveaux projets domiciliaires sont essentiellement l'œuvre de promoteurs privés qui construisent et vendent des maisons à leurs propres risques. Les banques commerciales offrent des prêts à la construction aux entrepreneurs et des hypothèques aux acheteurs individuels quand le logement est terminé. Les fonds du gouvernement sont le plus souvent acheminés par l'intermédiaire des banques, à qui il incombe d'approuver les prêts. Le cycle normal de planification, de construction et de vente prend environ un an et demi.

Les acheteurs du créneau supérieur du marché cherchent des maisons comparables par la taille et le prix aux maisons canadiennes. Ils constituent toutefois un créneau relativement petit. Avant la dévaluation du peso de décembre 1994, un analyste mexicain évaluait qu'il n'y avait pas plus de 15 000 familles à Mexico qui pouvaient se permettre d'acheter une nouvelle maison de 200 000 dollars US. Ce chiffre se compare avec un groupe d'environ 600 000 acheteurs cherchant des maisons à prix inférieur.

La vaste majorité des acheteurs recherchent des maisons qui ne coûtent pas cher en fonction des normes canadiennes. Près de la moitié du marché est en effet composée d'unités dont le prix est de 15 000 dollars US ou moins. Un autre quart du marché est consacré à des logements de 15 000 à 25 000 dollars US. Les acheteurs qui se situent dans la partie inférieure du marché ont deux solutions. Ils peuvent obtenir un financement garanti par le gouvernement par l'intermédiaire de l'un des organismes publics ou encore construire leur maison eux-mêmes, parfois avec l'aide d'amis ou de petits entrepreneurs, en payant les matériaux au fur et à mesure des besoins. Certains estiment que les maisons construites par le propriétaire et celles érigées par le secteur non structuré représentent la moitié du marché total.