

FORCES ET FAIBLESSES DU SECTEUR MEXICAIN DE LA TRANSFORMATION DU PORC

LES COENTREPRISES

Afin de rester concurrentiels dans le cadre de la libéralisation des échanges, les producteurs mexicains commencent à créer des coentreprises avec des sociétés américaines. Certains ouvrent des filiales aux États-Unis.

On peut en donner comme exemple *Industrias Sucarne*, un transformateur de porc installé à Mexico, qui a ouvert un nouvel abattoir de porc à San Antonio, au Texas, à la fin de 1993. Son objectif était d'avoir accès à de nouveaux approvisionnements en porc. L'entreprise a investi environ 3 millions de dollars US pour rénover une vieille installation qui fonctionne maintenant sous le nom de Hemco Packing Inc. Cette usine procède à l'abattage d'environ 300 porcs par jour et une partie de ceux-ci sont expédiés vers l'usine de *Sucarne* à Mexico. D'après le propriétaire de *Sucarne*, José Hernández Estrella, il y a une pénurie de porcs dans la région de Mexico.

En janvier 1994, le conglomérat américain, *ConAgra Inc.*, a conclu un accord avec *Grupo Desc* pour acquérir 20 pour 100 de sa filiale de transformation du porc et de volaille *Univasa*. *ConAgra* dispose d'une option d'achat d'un autre 29,9 pour 100 des parts.

Dans un autre cas, la société américaine IBP, le plus important producteur de bœuf et de porc du monde, a entamé des pourparlers avec *Grupo Gigante* et étudie des possibilités de création de coentreprises avec d'autres sociétés mexicaines.

Forces

Une bonne compréhension des goûts locaux et de la demande de produits.

Le marché mexicain consomme la quasi-totalité des carcasses, en ne laissant pratiquement pas de déchets.

Le marché se concentre essentiellement sur les coupes de gigot, de filet et de flanc (bacon).

Le coût de la main-d'œuvre est faible, ce qui offre un avantage concurrentiel pour les coupes à forte valeur ajoutée.

Les transformateurs et les producteurs les plus importants du secteur disposent de leurs propres canaux de distribution bien implantés.

La présence locale permet aux producteurs mexicains de réagir rapidement à l'évolution des tendances sur le marché.

Faiblesses

Manque d'installations d'entreposage réfrigérées et adéquates.

La présence du choléra du porc (sauf dans l'État de Sonora et du Yucatán) ou de la fièvre du porc complique parfois la transformation et la mise en marché.

La mauvaise réputation des conditions sanitaires, surtout à cause des rapports de presse sur des abattoirs qui ne respectent pas les *Tipo Inspección Federal (TIF)*, normes d'inspection sanitaire.

Source : Entrevues.

LES CONCURRENTS ÉTRANGERS

Les États-Unis dominent le marché du porc importé. Certains importateurs ne s'occupent que de produits américains, souvent en association avec des entreprises américaines. Les autres grandes sources d'approvisionnement en porc importé sont l'Espagne et le Danemark.

La part canadienne du marché de l'importation est passée de 2,2 pour 100 en 1989 à 17,6 en 1993, mais elle est ensuite tombée à 14 pour 100 en 1994. Cette croissance des ventes canadiennes au Mexique a été réalisée pour l'essentiel au détriment des ventes américaines. La somme des deux parts de marché, canadienne et américaine, oscillait autour de 95 pour 100 au cours des dernières années. Il faut toutefois savoir que la part de marché des États-Unis a baissé de 96 pour 100 en 1989 à 80 pour 100 en 1994.