

À QUOI SERT LE PARTENARIAT

POURQUOI LES CANADIENS CRÉENT-ILS DES PARTENARIATS AU MEXIQUE

- Le fait de réduire le risque ou de partager les charges financières sont des raisons suffisantes pour affronter les complexités d'un partenariat. Il y a toutefois d'autres bonnes raisons pour que les PME canadiennes intensifient les activités de partenariat au Mexique.
- Le Canada n'a qu'un petit nombre de grandes entreprises dans chaque secteur d'activité. Dans certaines industries, comme les mines et les télécommunications, il n'y a qu'une ou deux entreprises qui peuvent se permettre des investissements prolongés sur le marché.
- Dans de nombreux secteurs, les petites entreprises canadiennes produisent à façon et en petite quantité. Elles travaillent en général en coopération étroite avec leurs clients situés au Mexique. Ces entreprises coopèrent de façon efficace à des projets techniques et sont mieux à même de passer des ententes avec des fournisseurs, des clients et des concurrents.
- Le partenariat est essentiel pour les PME dans les marchés en évolution technologique rapide, dans ceux qui risquent de voir apparaître de nouveaux concurrents du jour au lendemain et dans ceux où les produits vieillissent très rapidement.
- Le Mexique est un nouveau marché en train d'apparaître qui a besoin de presque tout. Avec le ralentissement économique actuel au Canada et aux États-Unis, l'ouverture du marché mexicain a attiré beaucoup d'entreprises canadiennes.
- Le Mexique apparaît comme une aire de lancement pour pénétrer les autres marchés qui apparaissent en Amérique latine.
- L'économie du Mexique est un complément de celle du Canada de bien des points de vue. Les partenaires mexicains permettent d'améliorer les avantages concurrentiels dont les sociétés canadiennes disposent déjà sur le marché mexicain.

La plupart des entreprises qui cherchent à tirer parti des possibilités qui se font jour au Mexique, en particulier avec l'ALÉNA, choisiront d'exporter directement. Comme on l'a vu dans les deux chapitres précédents, on a généralement avantage, quand on veut exporter, à retenir les services d'un agent ou d'un distributeur local qui connaît bien votre produit et le marché mexicain pour ce produit. On peut toutefois préciser que certaines sociétés actives à l'échelle internationale vont au-delà des accords d'agence et utilisent diverses autres formes de partenariat, qu'on appelle parfois des alliances stratégiques, afin de compléter leurs efforts d'exportation et de leur donner davantage de chances de succès.

Les partenariats peuvent aider à venir à bout des nombreux défis auxquels on se heurte quand on veut faire des affaires à l'étranger. Les barrières à l'entrée des marchés étrangers peuvent tenir à des facteurs culturels, à la concentration des sociétés, au manque de connaissance des goûts des consommateurs ou à la réglementation nationale quant à la propriété étrangère. Un partenaire du pays peut constituer un complément aux possibilités de la société, fournissant expertise, conseils et contacts qui pourront faire la différence entre le succès et l'échec.

Quant à elles, les sociétés implantées dans le pays concerné apprécient l'intérêt manifesté par les partenaires étrangers. De tels accords leur permettent d'élargir leurs horizons, d'apprendre à maîtriser les techniques des affaires internationales et d'obtenir l'accès à d'autres marchés. Un partenariat bien structuré offre des avantages concrets aux deux parties :

- chaque société met l'accent sur ce qu'elle sait et fait le mieux;
- les partenaires partagent les risques et minimisent donc les conséquences d'un échec;
- le partenariat permet d'élargir les capacités de chacune des parties dans de nouveaux domaines;
- il permet de regrouper les idées et les ressources afin d'aider les deux partenaires à suivre le rythme du changement;
- même les petites entreprises peuvent faire appel au partenariat pour tirer parti des économies d'échelle et parvenir à la masse critique nécessaire au succès;
- une société peut, grâce à ses partenaires, tenter de pénétrer plusieurs marchés simultanément;
- le partenariat peut mettre à la disposition d'une entreprise une technologie, des capitaux ou des marchés qui lui auraient été inaccessibles autrement.

Le partenariat à l'étranger peut venir en aide à une stratégie d'entreprise reposant sur l'exportation en offrant toute une gamme de façons dont la société canadienne peut pénétrer les marchés mexicains. C'est ainsi qu'aux États-Unis, plus de la moitié des sociétés de transformation à croissance rapide font appel à diverses formes de partenariat pour pénétrer les marchés étrangers. Dans le domaine des services, ce pourcentage est proche de 100 pour 100. En plus d'exporter, les sociétés pénètrent donc les marchés étrangers au moyen de coentreprises, d'accords de consortium, de coproduction ou de commercialisation conjointe, de fusions, d'acquisitions, et même d'investissements en installations nouvelles.