

conclu des accords de production conjointe avec des sociétés nationales qui disposent des connaissances nécessaires pour fabriquer les produits. Dans les domaines de l'automobile et des télécommunications, des entreprises concurrentes concluent souvent des alliances pour fabriquer des éléments qui sont utilisés par tous les membres de l'industrie.

Une entente classique de fabrication conjointe pourrait permettre de fabriquer un produit canadien au Mexique en utilisant les conceptions, la technologie, les matériaux ou les éléments fournis par la société mère. La constitution de tels partenariats peut être justifiée pour éviter les complexités de l'expédition de produits finis du Canada au Mexique ou pour tirer parti de structures de coûts plus favorables au Mexique. De telles ententes pourront prévoir que le partenaire mexicain acquittera des frais pour faire le travail ou incorporer des mécanismes plus complexes prévoyant un partage des risques.

LA COMMERCIALISATION CONJOINTE

Les ententes de fabrication conjointe peuvent aller de pair avec d'autres ententes prévoyant la commercialisation ou la promotion conjointe. Cela permet aux entreprises de coopérer également pour faire la publicité et la vente des produits de l'autre. De telles ententes permettent également aux entreprises ayant des produits complémentaires de combler leurs gammes de produits sans avoir à supporter des développements coûteux et longs. La commercialisation conjointe se fait le plus souvent en échange de versements d'honoraires ou d'un pourcentage des ventes. Pour les entreprises qui veulent pénétrer de nouveaux marchés, une entente de ce genre est une façon efficace de tirer parti des réseaux de distribution existants et de la connaissance qu'un allié a des marchés locaux.

Une entente complète de coopération pourrait prévoir l'attribution croisée de licences, une campagne de promotion partagée ou même la création d'une coentreprise pour que chaque entreprise commercialise les produits de l'autre. Le plus souvent, ces ententes ne nécessitent pas d'attribution de licence ni de versement de redevances, mais on peut y incorporer dans une certaine mesure des droits sur le produit.

LES FRANCHISES

La franchise est la forme la plus complète d'attribution de licence. Elle confère au franchisé le droit d'utiliser la totalité d'un processus de fabrication ou de prestation de service, ainsi que les systèmes d'affaires ou les marques de commerce, et le franchiseur contrôle leur utilisation au moyen d'un accord contractuel. Le franchiseur est rémunéré grâce au versement de frais initiaux d'accord de franchise, de redevances sur les ventes et, dans certains cas, en exerçant un contrôle sur les approvisionnements du franchisé.

Le secteur des franchises est l'un de ceux qui enregistrent la croissance la plus forte au Mexique. Dans les dix-huit mois qui ont suivi la déréglementation de cette activité en 1990, le nombre de franchises exploitées au pays est passé de moins d'une douzaine à plus de 80. À ce jour, la plupart des franchises présentes au Mexique sont des franchises américaines qui se sont implantées au Mexique au moyen de coentreprises et de franchises principales de vente. Nombre de ces franchises se trouvent dans les secteurs de l'hôtellerie et de l'alimentation rapide. La protection de la propriété intellectuelle par la législation mexicaine, qui a été renforcée récemment, devrait stimuler sensiblement la croissance des franchises dans les domaines des services et des produits.