

## LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le Mexique a modifié radicalement ses lois sur la propriété intellectuelle pour devenir plus concurrentiel face aux pays industrialisés. Une nouvelle loi destinée à protéger la propriété intellectuelle, de même que les modifications à la loi actuelle sur les droits d'auteur, ont donné aux sociétés étrangères une protection comparable à celle qu'elles ont dans les pays industrialisés.

La loi sur le développement et la protection de la propriété industrielle s'applique aux brevets, aux secrets industriels et commerciaux, aux conceptions industrielles, aux marques de commerce et aux noms commerciaux. Les modifications apportées à la loi sur les droits d'auteur assurent la protection des enregistrements sonores et vidéos et des droits d'auteur sur les logiciels.

## LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

*On constate une tendance au contact direct entre les fabricants et les utilisateurs. Le partenariat avec un fabricant mexicain implanté est une façon pour les producteurs canadiens de pénétrer le marché mexicain.*

Les sociétés canadiennes qui ont réussi au Mexique insistent pratiquement toujours sur la nécessité d'une présence à long terme dans ce pays. Les Mexicains aiment traiter les affaires avec des personnes qu'ils connaissent et il est essentiel de faire la preuve de son engagement envers ce marché. Cela est particulièrement vrai pour les produits qui ne sont pas bien connus au Mexique.

De façon traditionnelle, la méthode la plus courante pour avoir une présence locale au Mexique est de conclure une entente avec un distributeur ou un agent. En règle générale, ces entreprises sont à la fois importatrices et distributrices et représentent plusieurs sociétés. Les distributeurs placent des commandes par catalogue et ne conservent pas d'importants stocks d'outils ou de pièces détachées. Ils ont donc souvent davantage de difficulté à assurer le service dont les clients ont besoin. Un autre problème est que la machinerie usagée est très rarement vendue par des distributeurs.

À la suite de ces difficultés de service, on a constaté une tendance aux achats directs auprès des fabricants étrangers. Certains fabricants de machines-outils ont ouvert des bureaux au Mexique. Même sans bureaux locaux, certains fabricants ont été en mesure d'offrir un meilleur service que ne le faisaient autrefois les distributeurs.

Une façon pratique d'établir une présence locale est de mettre en place une alliance stratégique ou un partenariat avec une société mexicaine. Pour les PME canadiennes, c'est en vérité la seule façon efficace de pénétrer le marché mexicain. Les entreprises canadiennes peuvent apporter compétence et technologie qui s'allieront bien avec la connaissance du marché et les coûts d'exploitation relativement faibles du partenaire local. Les grandes sociétés canadiennes préfèrent parfois acheter une société mexicaine existante pour accéder à ce marché, ce qui leur permet de conserver le contrôle des activités.