

DISTRIBUTION DU PORC À MEXICO (NOMBRE DE TONNES PAR MOIS)

Consommateurs	1994	Éval. pour 1996
Emballeurs de viande	20 000	25 000
Boucheries (carnicerias)	12 000	20 000
Supermarchés	10 000	15 000
Tacos	8 000	10 000
Total	50 000	70 000

Source : Canada Porc International, Ottawa, 1994.

LES PRODUITS IMPORTÉS

Le système de distribution de la viande importée est beaucoup plus simple que celui du porc mexicain. Les importations vont en général directement aux transformateurs de viande ou à un abattoir ou un distributeur afin d'être vendues aux supermarchés, aux boucheries, aux hôtels et aux restaurants.

Dans une certaine mesure, la simplicité de ce système de distribution offre un avantage aux importateurs. Le gouvernement mexicain et la *Confederación Nacional Ganadera (CNG)*, Confédération nationale du bétail, cherchent à faire disparaître cet avantage en simplifiant la chaîne de distribution du porc mexicain. Ils espèrent ainsi réussir simultanément à accroître la rentabilité des producteurs et à réduire les coûts au détail. Les divers syndicats régionaux et des États de producteurs de bétail ont fait l'acquisition progressive de 80 pour 100 des abattoirs respectant les *Tipo Inspección Federal (TIF)*, normes d'inspection sanitaire. Leur objectif est de vendre des carcasses, des morceaux de choix et même de la viande en conserve directement aux transformateurs de viande, aux chaînes de supermarchés et aux boucheries.

Certains transformateurs de viande et détaillants mexicains préfèrent acheter de la viande importée d'un importateur-distributeur qui s'occupe de la documentation nécessaire pour importer, du dédouanement et de l'entreposage plutôt que directement des fournisseurs étrangers. Cela ajoute environ 30 pour 100 aux coûts et une part importante des importations sont dirigées vers le consommateur. De plus, le manque de distributeurs d'envergure nationale peut rendre ce mode de distribution lourd. La distribution directe offre aux fournisseurs canadiens l'avantage d'éliminer les marges de distribution et leur donne la possibilité d'offrir un meilleur service et de mieux suivre les réactions du marché à leurs produits. La distribution directe vers les supermarchés est toutefois freinée par le fait que la plupart d'entre eux ne disposent pas d'installations centrales d'entreposage et veulent que les produits soient livrés à chacun de leurs magasins.