

## IMPLANTER UNE PRÉSENCE LOCALE

Les sociétés canadiennes qui ont réussi dans le domaine de la construction au Mexique insistent sur la nécessité d'une présence locale. Cela peut signifier retenir les services d'un représentant, d'un agent ou d'un sous-traitant mexicain ou mettre en place un partenariat stratégique avec une entreprise mexicaine. Une entreprise canadienne peut également choisir d'ouvrir ses propres bureaux au Mexique. Il est important de faire la preuve qu'on s'engage envers ce marché et de montrer aux clients que le service après-vente sera bien assuré.

Les gens d'affaires canadiens qui ont l'habitude du Mexique expliquent tous qu'il faut consacrer du temps pour implanter une affaire dans ce pays. Il faut en effet prendre le temps de savoir qui sont les principaux intervenants et les principaux acheteurs de l'industrie et quelles sont les méthodes de construction utilisées au Mexique. Une entreprise doit donc choisir, pour sa stratégie de marketing, une approche à long terme dans ce milieu fortement concurrentiel.

La présence locale permet également de se tenir plus facilement au courant des projets de construction envisagés. Il est indispensable de connaître ceux-ci avant le début de la phase d'achat des matériaux. Un agent ou un représentant local établira des contacts réguliers avec les organismes clients pour obtenir ces renseignements.

Pour venir à bout de l'inconvénient que représentent les coûts de transport, certaines entreprises envisagent de fabriquer tout ou partie de leurs produits au Mexique. Un accord de co-fabrication ou une alliance technologique avec une entreprise mexicaine est une façon courante de procéder. On conseille fortement aux entreprises de chercher un partenaire local bien implanté et d'étudier attentivement la réglementation mexicaine sur les investissements étrangers quand on songe à cette approche.

## TROUVER UN AGENT OU UN DISTRIBUTEUR

C'est dans les trois grands centres commerciaux que sont México, Guadalajara et Monterrey qu'il sera le plus facile de trouver des distributeurs et des agents d'expérience pour les produits de construction. Il n'y a que très peu de distributeurs à l'échelle nationale dans ce secteur d'activité. La plupart des représentants se consacrent à une région très précise. Ceux qui couvrent l'ensemble du pays ont la réputation de pratiquer des marges très élevées.

Certains distributeurs spécialisés ne s'occupent que d'une gamme très étroite de produits de construction. La plupart des distributeurs offrent cependant une des deux catégories de produits suivantes :

- *obra negra*, qui se traduirait par «travail noir». Il s'agit des produits utilisés dans le gros œuvre dont l'acier, le ciment, le verre, le bois, la pierre, les matériaux de couverture et certains outils;
- *acabados*, ou produits de finition. Ceux-ci comprennent les placards, les appareils sanitaires, les revêtements muraux et de plancher, la plomberie, l'air climatisé et d'autres équipements.

Pour la plupart des produits, on constate au moins trois niveaux dans la chaîne de distribution. Au niveau le plus élevé, les distributeurs traitent essentiellement avec les grandes entreprises de construction. Les distributeurs de niveau intermédiaire font affaire avec les PME et vendent aussi souvent au troisième niveau de distributeurs, qui, lui, dessert le secteur non structuré de la construction.

