

LA FABRICATION CONJOINTE

AMPTech

AMPTech est une société canadienne qui se spécialise dans la fabrication, à contrat, de systèmes d'abri pour les produits de télécommunication et d'électronique. Elle a été créée en 1967 et traite des affaires partout aux États-Unis et au Canada, ainsi qu'au Mexique. Elle a récemment fusionné avec une société américaine, Triquest Precision Plastics, qui fabrique des produits comparables aux États-Unis.

AMPTech s'est implantée sur le marché mexicain il y a plusieurs années avec une usine de fabrication conjointe appelée Phoenix International à Guadalajara. À la suite de la fusion récente, Phoenix est devenue une entité distincte affiliée au groupe Triquest, mais continue à entretenir des relations étroites avec AMPTech. Les deux sociétés partagent des renseignements, de la technologie et, dans certains cas, de l'équipement.

Guadalajara regroupe beaucoup d'usines de haute technologie et d'électronique dont certaines sont clientes de AMPTech au Canada et aux États-Unis. Geoff Shorten, vice-président à l'exploitation chez AMPTech, dit de Guadalajara qu'elle présente une forte concentration de clients éventuels, cherchant tous des approvisionnements fiables qui peuvent garantir la livraison de produits de plastique de précision.

Les communications entre les partenaires canadiens, mexicains et américains sont essentielles pour ce type de fonctionnement. Les dirigeants de AMPTech et de Triquest se rendent en visite au Mexique fréquemment et M. Shorten signale qu'il y a en permanence quelqu'un du Canada ou des États-Unis, en rotation, qui se trouve dans les installations mexicaines. Les relations de personne à personne sont importantes dans la façon mexicaine de traiter les affaires. Les communications se font par téléphone et par télécopieur (on utilise rarement le courrier électronique) et M. Shorten ajoute qu'il est rare qu'on discute de questions réellement importantes au téléphone. Dans ces conditions, il vaut mieux se rencontrer en personne même si la réunion est très courte. C'est le type de comportement qu'on attend dans le milieu des affaires dans la région de Guadalajara, qui est un milieu où les relations sont très serrées et où les relations personnelles sont importantes.

suite à la page 24

Un autre élément est le désir de réduire les risques associés aux fluctuations des devises qui sont inhérents aux transactions directes avec des fournisseurs étrangers.

La vente au détail dépend largement de la publicité. À l'exception des marques de distributeurs, les détaillants s'attendent souvent à ce que cette publicité soit faite par le fournisseur. Dans de nombreux cas, les produits sont lancés sur le marché en faisant des démonstrations aux points de vente. La promotion et la publicité ont une dimension culturelle importante et il est indispensable pour cela d'avoir des associés mexicains qui connaissent bien le marché.

C'est pour ces raisons que les agents et les distributeurs sont la méthode la plus couramment utilisée pour distribuer des marchandises au détail. Si le produit est unique ou nécessite des efforts de promotion particuliers, un agent sera probablement plus efficace qu'un distributeur. Un agent peut en effet travailler avec plus d'un distributeur pour veiller à la couverture des régions visées. On peut également avoir besoin de plusieurs distributeurs pour les produits destinés à la fois aux marchés de détail et aux marchés intermédiaires. Le fournisseur canadien pourra par contre traiter avec un distributeur tout en assurant de façon indépendante la promotion de ses produits auprès des détaillants. Cela nécessitera une présence solide au Mexique.

LES PRODUITS INTERMÉDIAIRES ET LES MATIÈRES PREMIÈRES

Les fabricants et les entreprises mexicaines de transformation importent de grandes quantités de matières premières, soit parce qu'ils ne disposent pas d'équivalents mexicains en quantité suffisante ou parce que la qualité de la production mexicaine ne répond pas à leurs besoins. Pour nombre de ces produits, on peut juger de la qualité à partir de spécifications techniques et la préférence pour une marque ne pose donc pas de problème. La fiabilité des livraisons est par contre essentielle étant donné que les produits servent d'intrants au processus de production du client. Les exigences primordiales d'un système de distribution dans ce cas sont la souplesse des prix et la fiabilité des approvisionnements. Certains produits qui se transigent en vrac, comme le papier journal, les produits pétroliers et les céréales, sont vendus directement aux organismes gouvernementaux ou à de grands consommateurs privés. C'est ainsi que *Productores e Importadores de Papel S.A. (PIPSA)* achète du papier journal canadien et que *Petróleos Mexicanos (Pemex)*, la société pétrolière d'État, achète des carburants minéraux canadiens. Cela mis à part, les agents constituent la méthode la plus couramment utilisée parce qu'ils traitent directement avec l'utilisateur final.

Certains produits intermédiaires sont fabriqués à façon pour chaque client, exigeant une relation technique étroite avec l'acheteur. Dans d'autres cas, il s'agit de matières premières à faible valeur et en grande quantité. Les coûts d'expédition constituent alors un élément contraignant. Dans les deux cas, des sociétés ont décidé de se doter d'installations de transformation au Mexique, soit en leur nom soit au moyen de coentreprises. Ces entreprises bénéficient alors de la technologie canadienne et de coûts de production et d'expédition relativement faibles, ainsi que d'un accès direct au client.