

C'est ainsi qu'un importateur de bois d'œuvre de Mexico s'est retrouvé sur la corde raide quand le secteur de la construction s'est arrêté brutalement quelques jours après la dévaluation. Il a réagi en faisant venir du Canada un ingénieur et un spécialiste du contrôle des parasites pendant deux mois. Ces spécialistes ont inspecté les projets réalisés antérieurement dans lesquels on avait utilisé du bois vendu par l'importateur mexicain. Nombre d'entre eux nécessitaient des réparations ou de l'entretien et les Canadiens ont donné des conseils sur les techniques de restauration qui n'étaient pas bien connues au Mexique. Ils ont formé le personnel mexicain pour faire ce travail. La société mexicaine a pu ajouter l'entretien et la réparation à ses services et continuer à importer certains produits sophistiqués qui n'étaient pas disponibles au Mexique. Même si cette société ne joue pas un rôle dominant sur le marché, elle a survécu, elle a réalisé des profits en 1996 et continue à importer du bois en 1997.

Cet exemple montre comment les distributeurs mexicains apprennent qu'ils doivent conférer une valeur ajoutée à la chaîne de distribution. Par le passé, nombre d'entre eux se contentaient de prendre des commandes, de recevoir un versement partiel à l'avance et d'importer le produit. Ils ne tenaient pas d'inventaire, n'offraient pas de financement ni de service de livraison rapide ou d'entretien à leurs clients. Ils ne s'occupaient souvent que de produits importés et se contentaient de desservir des marchés régionaux par l'intermédiaire de sous-distributeurs.

Avant la dévaluation, les gros clients, en particulier les consommateurs industriels et les chaînes de magasins de détail, ont commencé à acheter directement auprès de fournisseurs étrangers afin d'éliminer les coûts additionnels de marges bénéficiaires et les retards imputables aux multiples niveaux de distributeurs. La dévaluation a obligé ces entreprises à exercer un meilleur contrôle de leurs coûts et nombre d'entre elles voudraient encore simplifier davantage leur processus d'achat. C'est pourquoi on voit de plus en plus souvent des agents d'importation joindre leurs forces à celles de gros distributeurs. Cette approche offre plusieurs avantages. L'exportateur canadien profite en effet des services d'un agent mexicain exclusif tout en ayant accès à un réseau national de distribution efficace. Du point de vue de l'acheteur, un nombre réduit de vendeurs lui offrent un ensemble plus important de produits importés et mexicains.

La combinaison agent-distributeur décrite ci-dessus n'est qu'une des nombreuses configurations possibles. À des fins pratiques, les méthodes de distribution peuvent être réparties en trois catégories :

- les ventes directes aux consommateurs;
- les ventes aux revendeurs qui prennent possession des marchandises; et
- les ventes par l'intermédiaire d'agents ou d'autres partenaires qui représentent l'exportateur.

Les chapitres qui suivent traiteront de ces catégories séparément. Ce guide traitera plus en détail des canaux de distribution avec des considérations propres à chaque type de produit, ainsi qu'en présentant les problèmes de documentation et de logistique.