

## DÉBOUCHÉS POUR LES FOURNISSEURS

Les fournisseurs d'équipement tireront parti de la réorganisation majeure et des nouvelles demandes sur le marché dans les domaines de la transformation des aliments. Les éléments qui contribuent à cette évolution sont, entre autres :

- la nécessité d'accroître l'efficacité pour réduire les coûts de fabrication et améliorer la capacité concurrentielle au niveau du commerce de détail;
- la demande des consommateurs pour des produits d'emballage attrayants et nouveaux après avoir vu les produits concurrents importés des États-Unis, d'Europe et, plus récemment, du Chili;
- une demande additionnelle pour de nouveaux aliments prêts à la consommation; et
- la nécessité de faire concurrence énergiquement aux importations et d'élaborer des produits destinés à l'exportation sur les marchés étrangers.

## LA CONCURRENCE

Certaines sociétés internationales d'équipement se sont bien implantées au Mexique. Ce sont par exemple Stuart Systems, Asser Oakes, Fenco Spa, Ica, Cavanna, Errebi, TMCI Padovan, Branbati, Orlandi (*Grupo Sasib*), et Pavan. Les acheteurs mexicains sont assez exigeants et n'hésitent pas à se rendre dans les grandes foires commerciales aux États-Unis et en Allemagne. Les entreprises avec participation étrangère profitent de ce type d'association pour offrir à leurs ingénieurs et à leurs techniciens une formation en cours d'emploi dans les usines de la société mère à l'étranger.

L'emballage d'aliments devrait également offrir certains des débouchés les plus intéressants. Si les produits mexicains prêts à la consommation doivent conserver leur part de marché face à la concurrence étrangère, ils doivent adopter des emballages plus pratiques et plus attrayants. C'est ainsi qu'on constate actuellement que des confiseries d'apparence séduisante, emballées dans des papiers vivement colorés et provenant du Chili, conquièrent les parts de marché des fabricants mexicains de confiserie. Ceux-ci auront également besoin de nouvelles techniques d'emballage permettant de prolonger la durée de vie des produits sur les étagères.

## LES PRODUITS DE BOULANGERIE

En règle générale, les grandes boulangeries achètent l'essentiel de leur équipement de transformation et d'emballage à l'étranger. Les importations d'équipement nouveau et remis en état constituent environ les deux tiers de l'équipement total du marché. Par contre, les vendeurs locaux et de petites quantités de tortillas achètent essentiellement de l'équipement fabriqué au Mexique.

L'équipement de transformation et d'emballage qu'utilisent les grands distributeurs a, de façon traditionnelle, fait appel à une technologie de niveau intermédiaire. Maintenant, pour faire face à l'augmentation de la demande de produits à base de blé et face à la nécessité de cycles de production plus longs et plus automatisés, les entreprises les plus importantes commencent à acheter de l'équipement à la fine pointe de la technologie.

Jusqu'à récemment, le prix de la farine était largement subventionné par le gouvernement parce qu'on estimait que le pain et les tortillas constituaient des produits essentiels. Maintenant que ces subventions ont disparu, les micro-boulangeries, desservant leurs collectivités immédiates, doivent investir en nouvel équipement pour accroître leur efficacité. Les débouchés pour les produits d'emballage sont toutefois limités étant donné que le pain est vendu dans des sacs en papier et les tortillas dans du papier brun ou directement remis au client dans une serviette de papier.

Même les distributeurs disposant de grands réseaux ne tirent pas pleinement parti des possibilités de l'équipement d'emballage sophistiqué et des techniques de design des produits courantes en Amérique du Nord. L'équipement servant à l'emballage est actuellement assez rudimentaire, ce qui amène à penser qu'il devrait y avoir des débouchés dans le créneau supérieur du secteur de la boulangerie.

Comme les familles sont en général plus nombreuses au Mexique qu'au Canada, elles recherchent des emballages de plus grande contenance pour les produits de boulangerie que ceux auxquels on est habitué au Canada. C'est ainsi que 50 pour 100 de l'espace d'étagères consacré aux biscuits dans les supermarchés est réservé à des emballages d'un kilo.