

LA CONSIDÉRATIONS PROPRES AUX PRODUITS

Les caractéristiques et les besoins des acheteurs sont les éléments les plus importants dans le choix d'un système de distribution. Parmi les autres considérations, on peut citer les préoccupations du fournisseur, y compris l'application des marges bénéficiaires des intermédiaires, la nécessité de protéger la propriété intellectuelle ou industrielle, la logistique de l'importation et le calendrier prévu par la stratégie de pénétration du marché. Ces éléments varient beaucoup selon la nature du produit.

LES PRODUITS DE VENTE AU DÉTAIL

Une partie importante des produits transformés importés au Mexique est destinée à la vente au détail. Pour l'essentiel, ces produits se situent dans les tranches supérieures du marché sur le plan des prix. Les produits les plus populaires sont les aliments, les textiles et les vêtements. Alors que la population mexicaine devrait atteindre 100 millions de personnes en l'an 2000, le marché de détail présente un intérêt qui reste limité par le fait que les revenus moyens sont faibles.

Les produits importés attirent essentiellement les Mexicains les plus aisés, peut-être la tranche des 20 pour 100 ayant les revenus les plus élevés de la population. D'après les données publiées par une société d'experts-conseils de Mexico, *SIGMA Consultores*, les ménages disposant d'un revenu annuel supérieur à 9 680 \$ US en 1996 représentent un peu plus du cinquième de la population. Ces consommateurs se trouvent presque exclusivement dans les grandes villes. Les ménages appartenant aux tranches de revenus intermédiaire et supérieure représentent près de 30 pour 100 de la population de Mexico, de Guadalajara et de Monterrey. On trouve dans ces trois villes le tiers de tous les Mexicains de ces groupes de revenus, ce qui représente un marché d'environ 7,5 millions de personnes qui peuvent s'offrir des produits importés. Les autres villes dans lesquelles il y a des tranches de population relativement aisées, et ayant plus d'un million d'habitants, sont Toluca, Puebla, León et Torreón.

Beaucoup de produits canadiens attirent les consommateurs mexicains qui peuvent se les offrir, mais les produits canadiens sont par contre souvent méconnus sur le marché. Le système de distribution doit donc avant tout garantir que le produit parvienne sur l'étagère du magasin et que le détaillant reçoive l'aide nécessaire pour présenter le produit sous son meilleur jour. Au Mexique comme ailleurs, des ventes insuffisantes réduiront l'espace d'étagère car le marché est très concurrentiel.

Les grands supermarchés et les magasins à rayons passent souvent des contrats d'achat direct, en particulier quand ils ont besoin de marques de distributeurs. Ces détaillants ont la réputation de demander des niveaux élevés de service de leurs fournisseurs, y compris une aide à la commercialisation dans le magasin et des compensations pour les marchandises abîmées ou perdues. Certains d'entre eux exigent également que chacun de leurs magasins soit livré séparément.

La dévaluation a entraîné une baisse des ventes directes au détail. La plupart des grands supermarchés et des magasins à rayons essaient de simplifier leurs réseaux d'approvisionnement en faisant affaire avec un plus petit nombre de fournisseurs.