

## JOHN LABATT PREND DE L'EXPANSION AU MEXIQUE

La société canadienne John Labatt a augmenté sa production d'environ 40 pour 100 en juillet 1994 avec l'achat de 22 pour 100 de la seconde brasserie mexicaine en importance *Fomento Económico Mexicano (FEMSA)*. Avec des ventes de 2,4 milliards de dollars US en 1993, 37 000 employés et des exportations dans 55 pays, *FEMSA* est la seconde brasserie en importance au Mexique, avec 48 pour 100 du marché. Il s'agit d'un conglomérat diversifié dans le secteur de l'alimentation et des boissons qui détient une part non négligeable du marché lucratif des boissons gazeuses grâce à une participation à 51 pour 100 dans *Coca-Cola FEMSA* et qui exploite également plus de 600 000 dépanneurs au Mexique. Comme c'est le cas pour un grand nombre de conglomérats du domaine des aliments et des boissons, la société implantée à Monterrey a été, au départ, une entreprise familiale dont les origines remontent aux années 1890.

## LES BOISSONS

La population mexicaine consomme davantage de boissons gazeuses par habitant que celle de tout autre pays au monde, à l'exception des États-Unis. On estime que Coca-Cola détient environ 55 pour 100 du marché des boissons gazeuses et 75 pour 100 du marché du cola. Cadbury-Schweppes a récemment acheté un grand embouteilleur mexicain, *Peñafiel*, et certaines marques américaines arrivent sur le marché avec des produits dans des contenants d'aluminium.

La concurrence prend également de l'ampleur sur le marché des jus. Celui des jus congelés n'est pas très important à cause de l'absence relative d'installations réfrigérées au Mexique. Deux fabricants de jus et de nectar, *Jugos del Valle* et *Jumex*, contrôlent environ les deux tiers du marché; les cinq producteurs les plus importants accaparent ensemble 96 pour 100 de la consommation mexicaine totale.

Le marché de l'eau embouteillée est très encombré avec plus de 40 marques se faisant concurrence pour l'espace sur les étagères dans ce sous-secteur. La concurrence par les prix est féroce et on s'attend à voir des chambardements dans ce secteur. Les étiquettes de luxe comme Perrier et Evian sont en meilleure posture que certaines marques moins publicisées.

Les mélanges à utiliser avec du lait fabriqués par le leader sur le marché Procter et Gamble (Chocomilk), et Nestlé (Quik) se sont attachés une base de clientèle loyale chez les jeunes consommateurs mexicains. Le marché des produits à mélanger avec de l'eau est dominé par Kraft, avec des produits comme Kool-Aid et Tang qui accaparent environ 70 pour 100 de l'espace sur étagère dans cette catégorie.

Les thés, en particulier les essences parfumées traditionnelles comme la *manzanilla*, sont des articles de grande consommation. La société mexicaine *La Pastora* partage le marché global du thé avec McCormick et Laggs. Quant au café, la plupart des marques américaines de café transformé se retrouvent sur les étagères des supermarchés mexicains, mais il y a aussi un important marché pour les cafés torréfiés provenant des emballeurs mexicains et d'Amérique latine.

La bière mexicaine est fabriquée par de grandes brasseries comme *Cervecería Moctezuma*, *Grupo Modelo* et *Cervecería Cuauhtémoc*. Cette dernière fait partie du grand conglomérat de production et d'emballage des aliments et boissons *Valores Industriales*.