

5. ACCÈS AU MARCHÉ

C'est le prix, la qualité, les conditions de crédit et la disponibilité du produit qui fondent les décisions d'importation des détaillants mexicains. Les exportateurs canadiens auront donc avantage à offrir des produits assortis de conditions de crédit souples, facilement disponibles, et livrés à temps, afin de bénéficier de l'attrait dont jouissent sur le marché mexicain les produits canadiens et américains, en dépit de leur prix élevé. Une communication plus étroite entre les fabricants canadiens et les consommateurs mexicains, effectuée au moyen de la publicité, des foires commerciales et des entrevues directes, contribuera également à accroître les ventes des exportateurs canadiens.

C'est surtout au moyen des annonces dans les journaux et, à un degré moindre, des annonces télévisées que se fait au Mexique la publicité pour les articles de sport et de loisir. Un grand nombre de fabricants importants recourent également à la commande de sportifs bien connus.

Au Mexique, les ventes s'effectuent généralement par l'entremise d'agents et de distributeurs locaux, rémunérés sous forme de commissions. De nombreux grands détaillants mexicains importent directement. Cela est certainement le cas du Grupo Marti et des grands magasins, où la part de marchandises importées est la plus considérable. Afin d'importer directement, ces détaillants visitent les principales foires commerciales mondiales, notamment celles des États-Unis et d'Allemagne. Ils consultent également les revues spécialisées, afin d'être informés des tendances d'achat et des fournisseurs. Les petits magasins utilisent un système indirect d'importation dans lequel servent d'intermédiaires les grands distributeurs tels Indemar, Grupo Marti et d'autres. Il faudra décider s'il faut recourir à un agent, opter pour la coentreprise ou accorder une licence à une société mexicaine. Le marché mexicain est très concurrentiel, et les entreprises qui y maintiennent une présence active et se font une bonne réputation par la qualité de leur produit, de leurs prix et de leur service obtiennent de bons résultats.

Tous les fournisseurs de matériel ou de services, mexicains ou étrangers, qui approvisionnent le gouvernement mexicain doivent être inscrits auprès du secrétariat à la Programmation et au Budget (SPP) et de son service des achats. Tous les achats d'un montant supérieur au minimum prescrit doivent faire l'objet d'un appel d'offres.

Par suite de l'adhésion du Mexique à l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), le gouvernement mexicain a graduellement ouvert son marché aux fournisseurs étrangers. Les droits d'importation, qui pouvaient atteindre 100 p. 100 en 1983, ont été réduits à 20 p. 100 en décembre 1988. La tarification officielle des importations a été totalement éliminée, et les licences d'importation ne sont requises que pour 325 des 11 950 articles recensés dans la loi mexicaine sur les tarifs douaniers, dont aucun n'est utilisé dans le secteur des sports et loisirs. Le Mexique a adopté le 1^{er} juillet 1988 la nomenclature tarifaire du Système harmonisé.