

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Une présence locale forte, combinée à une meilleure utilisation des ressources universitaires du pays, pourrait contribuer à améliorer la visibilité du Canada dans le domaine de l'automatisation industrielle au Mexique.

Plusieurs outils logiciels canadiens sont disponibles au Mexique. Speedware, Cognos et Berclain ont été cités, dans les entrevues, parmi les entreprises qui offraient des produits à l'industrie. Bien qu'ils ne soient pas très connus au Mexique, ces produits sont cependant très estimés. Les observateurs mexicains pensent que cette bonne réputation dans le domaine des technologies de fabrication de pointe n'a pas été exploitée par les producteurs du Canada.

Il est intéressant de noter que les experts interrogés pour cette étude, bien que ne connaissant aucun produit canadien, avaient cependant une impression très favorable de la technologie canadienne. Cela provient du fait que de nombreux jeunes mexicains étudient dans des universités canadiennes, où ils découvrent des techniques mises au point au Canada. Ils rapportent donc chez eux des commentaires favorables, mais la commercialisation des produits canadiens sur le marché mexicain se fait rarement de façon dynamique.

Les fournisseurs canadiens qui ont fait des voyages de prospection au Mexique y ont généralement laissé une bonne impression. On s'accorde pour dire que c'est parce qu'ils démontrent un intérêt pour le Mexique et sont culturellement plus compatibles avec les Mexicains que la plupart des fournisseurs américains.

Les experts mexicains en automatisation industrielle se disent souvent surpris de la faible présence des produits canadiens sur leur marché; ils pensent qu'ils seraient bien reçus si une meilleure promotion en était faite. Certains suggèrent la participation à des salons commerciaux, mais d'autres estiment que l'organisation d'événements plus spécialisés au Centre d'affaires canadien de Mexico serait plus efficace. On a fait remarquer, cependant, que pour concurrencer les entreprises internationales qui servent actuellement le marché mexicain, les entreprises canadiennes devront se concentrer sur des créneaux de marché, suivant l'exemple de MOOPI, le système de gestion et de suivi de la production de la société québécoise Berclain.

LES SYSTÈMES DE DISTRIBUTION

La distribution des produits d'automatisation industrielle au Mexique se fait de façon assez directe, du fait qu'il y a relativement peu d'acheteurs et que les plus gros clients dominent le marché. Cela signifie qu'on peut souvent traiter directement avec l'utilisateur final. Les grands producteurs multinationaux d'ordinateurs et de logiciels ont des filiales dans le pays. Les entreprises plus petites, ainsi que celles qui vendent des technologies moins évoluées, utilisent plutôt des agents et des distributeurs. La plupart de ces distributeurs sont habitués à la vente de «boîtes», c'est-à-dire de PC et de logiciels de base.