

chaînes de détail américaines, dont certaines sont associées avec de grandes sociétés mexicaines. On peut donner comme exemple le partenariat entre *Grupo Alfa*, l'un des dix plus grands groupes industriels du Mexique, et *Payless Cashway*, une société américaine qui avait en 1994 des ventes de 2,7 milliards de dollars US. *Alfa* participe à 51 pour 100 à une coentreprise connue sous le nom de *Total Home*. Le premier magasin a ouvert ses portes à Monterrey en 1994, suivi rapidement au début de 1995 par un second à Mexico. Elle prévoit en ouvrir 25 dans tout le Mexique au cours des années à venir. Les ventes pourraient atteindre 600 millions de dollars US, ce qui créerait 3 000 emplois une fois que tous les magasins seront ouverts.

Le magasin de Monterrey illustre bien le style de commercialisation de *Total Home*. Il a 33 000 mètres carrés, dont 4 000 sont consacrés à la vente, 2 000 à l'entreposage, 12 000 aux patios et 13 000 au stationnement. Le magasin comporte 17 centres de produits et offre par moitié des produits mexicains et importés. La société prétend offrir «une gamme complète allant des clous aux cuisines dessinées par ordinateur.»

Le plus proche concurrent de *Total Home* est *Builder's Mart*, qui est associé à *Grossman*, une autre société américaine. *Home Mart* est un nouveau venu sur ce marché mais, en mars 1996, il avait déjà ouvert cinq magasins, avec une superficie totale consacrée aux ventes de 46 000 mètres carrés. Ces spécialistes du bricolage feront face à une vive concurrence des détaillants américains moins spécialisés qui ont pénétré le marché en association avec des partenaires mexicains. *Wal-Mart de México* avait 19 mégamagasins en exploitation en 1996, avec 277 000 mètres carrés. *K-Mart de México* avait

quatre magasins d'une superficie moyenne de 10 000 mètres carrés.

LE CADRE RÉGLEMENTAIRE

Tous les produits offerts à la vente au détail, y compris les outils et les produits de quincaillerie, sont soumis à la réglementation mexicaine sur l'étiquetage. Certains produits, dont les peintures, doivent de plus respecter des normes obligatoires de qualité. Les outils à main sont aussi soumis à une réglementation sur le prix minimum et certains ont fait l'objet de droits compensateurs.

LA RÉGLEMENTATION SUR L'ÉTIQUETAGE

Un nouveau décret sur l'étiquetage a été promulgué en 1996 et est entré en vigueur en mars 1997. Il y a deux niveaux de règlement. L'un définit les règles qui s'appliquent aux produits génériques. C'est le niveau le moins exigeant, qui précise qu'il faut apposer des étiquettes en espagnol sur tous les produits vendus au détail avant qu'ils ne franchissent la frontière. L'étiquette doit porter le nom du produit, le nom et l'adresse de l'importateur, le contenu net, les précautions à prendre et les instructions de manutention ou d'utilisation.

Les renseignements exigés peuvent être imprimés sur une étiquette apposée sur le produit, sur une étiquette attachée ou, dans le cas des petits produits, sur le contenant ou l'emballage.

Les produits soumis à une réglementation particulière en vertu du système mexicain de *Normas Oficiales Mexicanas (NOM)*, normes officielles, peuvent également être soumis à des exigences précises d'étiquetage définies dans la *NOM* en question. Si c'est le cas, ils sont dispensés de l'application de la réglementation générique. Les seuls produits présentant un intérêt dans le cadre de ce sommaire qui sont soumis à des

exigences particulières d'étiquetage sont les peintures et les vernis. La *NOM-003-SSA1-1993* fixe des exigences très précises d'étiquetage pour ces produits. C'est la *NOM-050-SCFI-1994* qui fixe les obligations d'étiquetage des produits génériques.

La réglementation mexicaine sur l'étiquetage a été en révision constante depuis 1994, époque à laquelle le gouvernement a annoncé pour la première fois qu'il n'accepterait plus que les étiquettes en espagnol soient apposées par le détaillant. Depuis mars 1994, la réglementation sur l'étiquetage est en réalité appliquée à la frontière, ce qui fait passer le poids de la conformité à la réglementation de l'importateur à l'exportateur.

On conseille vivement aux exportateurs canadiens de vérifier toutes les exigences en matière d'étiquetage auprès de leur agent, de leur distributeur ou d'autres importateurs avant d'expédier des marchandises.

LES CERTIFICATS DE CONFORMITÉ

Le Mexique a un système de normes officielles de qualité connues sous le nom de *Normas Oficiales Mexicanas (NOM)*. N'importe quel ministère peut promulguer ces règlements qui entrent en vigueur quand ils paraissent dans le *Diario Oficial*, Journal officiel sous forme de décret.

La liste de produits soumis à une réglementation particulière est longue. Ces produits doivent faire l'objet d'essais au Mexique et un certificat de conformité doit les accompagner quand ils franchissent la frontière. Actuellement, il semble qu'il n'y ait pas de *NOM* particulière aux outils et aux produits de quincaillerie, si ce n'est la peinture. Malgré cela, la réglementation est révisée constamment et les exportateurs devraient vérifier les exigences qui les concernent auprès de leur agent, de leur distributeur ou d'un impor-