

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : PRODUITS CHIMIQUES

Les huiles et les additifs sont vendus aux stations-service de *Petróleos Mexicanos (PEMEX)* et dans les magasins de détail comme Wal-Mart, Aurrera et Sears. Les principales marques d'huile sont Esso, Mobil et Quaker State. Les ventes au détail de produits automobiles sont quelque chose de relativement nouveau au Mexique, et il peut y avoir là un marché pour les fournisseurs canadiens qui pourraient vendre directement aux chaînes de détail ainsi qu'aux distributeurs en gros.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : ÉQUIPEMENT ET FOURNITURES D'ATELIER DE TÔLERIE

Les ateliers mexicains de tôlerie seront obligés de se moderniser, en partie à cause de la nouvelle réglementation sur la sécurité et l'environnement. Les modifications qui interviendront créeront une demande pour des systèmes de peinture sophistiqués qui incorporeront des contrôles de sécurité et d'émission comme ceux utilisés au Canada.

POSSIBILITÉS DE MARCHÉ : VENTES AU DÉTAIL DE PIÈCES DE RECHANGE

Plusieurs chaînes américaines de détail ont déjà commencé à s'installer au Mexique, à vendre des pièces de rechange pour automobiles et à fournir des services d'entretien. Un grand nombre de chaînes canadiennes sont des filiales de ces entreprises et ne se verront pas confier le mandat de s'intéresser au marché mexicain. Toutefois, les chaînes de vente au détail et de spécialités appartenant à des intérêts canadiens ont la possibilité d'accéder au marché mexicain dans les cas où leurs compétences en distribution et en service leur confèreraient un avantage par rapport aux exploitations locales moins sophistiquées.

LES STATIONS-SERVICE

Toutes les stations-service du Mexique appartiennent à *Petróleos Mexicanos (PEMEX)*, la société pétrolière d'État. Elles vendent de l'essence, du carburant diesel et des additifs, à la fois de marque *PEMEX* et d'autres marques. Ces stations-service ne font pas de réparation ni d'entretien.

LES ATELIERS DE TÔLERIE

D'après les normes canadiennes, le domaine de la tôlerie est très rudimentaire au Mexique. Même s'il y a quelques exceptions dans les grands centres, les méthodes de réparation ont souvent 15 ans de retard par rapport à la technologie moderne. Les pièces de carrosserie sont le plus souvent reformées plutôt que remplacées. La peinture est souvent faite dans des garages dans lesquels on se préoccupe peu de la santé et de la sécurité ou de l'environnement. La peinture et les fournitures pour ce secteur d'activité proviennent généralement de distributeurs de peinture plutôt que de spécialistes en automobile, et les déchets de ces ateliers sont tout simplement jetés à la poubelle. La réglementation gouvernementale commence à faire changer les choses, mais il faudra de nouveaux investissements importants dans pratiquement tous les aspects de ce secteur d'activité.

LES MAGASINS DE DÉTAIL

Les magasins de détail connus sous le nom de *Refaccionarias* se spécialisent dans les ventes de pièces de rechange au comptoir, qui représentent de façon traditionnelle 90 pour cent du volume de leurs ventes. Leurs principaux clients sont les mécaniciens et les petits ateliers de réparation, même s'ils leur arrivent également de vendre à des détaillants plus petits et au grand public. Ils recherchent surtout la clientèle des petits ateliers locaux de réparation parce que peu d'entre eux assurent la livraison.

LES CHAÎNES DE COMMERCE DE DÉTAIL

Les grandes chaînes nationales de distribution n'ont pas encore attaqué le secteur mexicain du détail, même si leur présence est répandue aux États-Unis et au Canada. Les grands détaillants ont des marchés régionaux, surtout autour des grandes villes comme Mexico, Monterrey, Puebla and Guadalajara. De plus, en règle générale, ils ne tiennent pas de stocks importants de pièces de rechange et d'accessoires pour automobile, pas plus qu'ils n'assurent de service de mécanique. C'est là une situation qui commence à changer.

La libéralisation des marchés du fait de l'ALÉNA, combinée à la rapidité de la croissance économique et à l'augmentation du nombre de propriétaires de voiture fera apparaître d'importantes possibilités pour les chaînes de détail étrangères ou les coentreprises. Même si le marché du bricolage est relativement petit au Mexique, les ventes importantes au comptoir des concessionnaires commencent à attirer la concurrence des chaînes de détail, parce que celles-ci distribuent de façon plus efficace leurs produits. Certaines de ces chaînes prévoient offrir l'installation des articles qu'elles vendent et d'autres services, comme le font leurs homologues au Canada et aux États-Unis.

C'est ainsi que Wal-Mart prévoit ouvrir jusqu'à dix centres automobiles en partenariat avec *Cifra*, un des plus grands détaillants mexicains. Chaque centre

