

## LES VIANDES TRANSFORMÉES

### PROFIL DE CLIENT — DONFER

*Obrador de Salchichonería y Tocinería Donfer* et les entreprises connexes (*El Riojano, Obrador Elvira* et *Frigoríficos Ixtapalapa*) commercialisent les marques *Donfer, Riojano* et *Alpino*. Ces deux derniers noms sont apposés sur des produits haut de gamme alors que les produits *Donfer* sont diffusés dans de plus petits commerces de détail par l'intermédiaire de grossistes. La société s'apprête à exporter vers l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud. La technologie utilisée dans son usine est importée d'Espagne, d'Allemagne et des États-Unis.

Le secteur mexicain des viandes transformées est composé d'environ 1 264 entreprises dont seulement 460 sont membres du *Nacional de Empacadores de Carnes Frías y Embutidos*, Conseil national des emballeurs de viande froide. On évalue à environ 27 000 le nombre d'emplois dans tout ce sous-secteur. La production y est dominée par quatre grandes entreprises qui accaparent 75 à 85 pour 100 du marché total.

La demande de produits de viandes transformées est en hausse constante du fait de la croissance de la population et de l'évolution des modes de consommation. Les abattoirs sont assez rudimentaires, peu automatisés et ne disposent que rarement d'installations de réfrigération adéquates.

Une partie de la demande en augmentation pour les produits à forte teneur en protéines est satisfaite au moyen d'importations de porc et de volaille en provenance du Canada et des États-Unis et grâce à des importations de poisson en conserve. Toutefois, les importations n'augmentent pas aussi rapidement que dans d'autres sous-secteurs de l'alimentation. De la même façon, la production nationale a augmenté à un taux annuel relativement faible de 2,4 pour 100. Les transformateurs de viande qui disposent des capitaux nécessaires pour investir préparent de nouvelles gammes de produits prêts à consommer pour lesquels le taux de croissance s'est situé entre 12 et 16 pour 100.

### PROFIL DE CLIENT — SIGMA

*Sigma* transforme la viande dans quatre usines sous les marques *Fud, Iberomex, Chimex* et *San Rafael*. Outre la transformation des viandes, pour laquelle elle détient 34 pour 100 du marché, cette entreprise fabrique également des yaourts et des fromages. L'avantage concurrentiel de *Sigma* est sa politique de prix, en particulier pour les gammes de produits de qualité inférieure à intermédiaire. Son réseau de camions réfrigérés est le plus important du pays.

### PRINCIPAUX EMBALLEURS DE VIANDE

Société	Produit
Alimentos KIR	Gros producteur de coupes froides, de saucisse chorizo de style mexicain et de bacon.
Donfer	Obrador de Salchichonería y Tocinería Donfer et entreprises connexes ( <i>El Riojano, Obrador Elvira</i> et <i>Frigoríficos Ixtapalapa</i> ) commercialisent les marques <i>Donfer, Riojano</i> et <i>Alpino</i> .
Sigma	Membre du conglomérat industriel Alfa, détenteur de licence pour distribuer les produits de la société <i>Oscar-Meyer</i> implantée aux États-Unis; détient 34 pour 100 du marché de la viande transformée; fabrique certains produits laitiers; commercialise ses produits sous les marques <i>Fud, Iberomex, San Rafael, et Chimex</i> .
Parma	Sous l'égide de la société <i>Nestlé</i> , produit des viandes transformées de haute qualité, y compris du jambon fumé.
Zwanenberg	Avec une part évaluée à 20 pour 100 du marché, produit diverses variétés de jambon, de saucisse, de pâté, de saucisson de bologne, de chorizo, de salami, de bacon et de pepperoni pour les consommateurs à revenu moyen et à revenu élevé.

### PROFIL DE CLIENT — ZWANENBERG DE MEXICO

*Zwan*, telle qu'on l'appelle dans l'industrie, a été créée avec des capitaux hollandais et fait maintenant partie du groupe *Unilever*, qui dispose au total de 12 usines au Mexique. Celles-ci fabriquent des produits laitiers et de la viande, des collations et des crèmes pour les mains. Afin de faire face à l'augmentation de la consommation de ses produits transformés de la viande, *Zwan* travaille actuellement à pleine capacité et devra prendre de l'expansion si elle veut conserver sa part de marché de 20 pour 100. *Zwan* est toujours à la recherche d'autres fournisseurs d'équipements et de produits d'emballage brut. C'est une entreprise très ouverte aux nouvelles idées. La plupart de son équipement est importé, acheté par l'intermédiaire de représentants locaux de sociétés étrangères.

Les emballeurs de viandes se sont heurtés au début à la résistance de la clientèle en ce qui concerne les viandes froides préemballées. De façon traditionnelle, les Mexicains étaient habitués à acheter leur coupe de viande au marché local où ils pouvaient assister à sa préparation pour la vente. En changeant de mode de vie, les ménages mexicains disposent maintenant de moins de temps pour faire leurs courses. La plus grande sensibilité aux caractéristiques nutritionnelles favorise également les viandes froides maigres et les viandes transformées préparées à partir de dinde ou de poulet. Tous les supermarchés ont maintenant un comptoir de charcuterie bien garni avec des pains de viande et des viandes emballées. On voit également apparaître des présentoirs de charcuterie dans les dépanneurs, et même dans les «épicerie du coin» un peu partout à travers le pays.