

## LA DISTRIBUTION PAR L'INTERMÉDIAIRE DE REVENDEURS

Les revendeurs sont des intermédiaires qui distribuent le produit en l'achetant d'un fournisseur, en en prenant possession et en le revendant aux utilisateurs finaux ou à d'autres intermédiaires. Parmi les revendeurs, il y a les détaillants, les grossistes et les distributeurs et même certains fabricants. Du point de vue du fournisseur, le principal avantage de cette solution est qu'elle réduit les risques liés à la pénétration du marché. Normalement, ces revendeurs achètent les marchandises en dollars et s'occupent de toute la logistique de l'importation et de la distribution. Tous n'offrent pas cependant le même service et, dans de nombreux cas, ils s'occupent d'autres produits.

### LES DÉTAILLANTS

Le secteur mexicain du détail diffère de celui du Canada sous bien des angles. À une extrémité du marché, il y a un grand «secteur non structuré», dominé par les vendeurs de rue et les petits marchands des marchés. Ces entreprises font une concurrence intense aux magasins du secteur structuré parce qu'ils ne sont pas imposés et vendent souvent de la marchandise piratée. Le volet le moins structuré du commerce de détail est appelé *tianguis*, le terme qui désigne le marché dans une des langues autochtones. Il s'agit de marchés en plein air qui se tiennent une fois par semaine, à jour fixe et dans la même rue. Même s'ils sont surtout réputés pour leurs produits frais, les *tianguis* sont des lieux de vente importants pour les vêtements peu coûteux, les cosmétiques, l'alimentation rapide et toutes sortes de babioles. Les marchés campagnards sont à peine plus structurés. On y vend essentiellement des produits locaux et des produits de contrebande importés. Les deux achètent souvent à le Central de Abastos ou auprès de petits importateurs.

À l'autre extrémité, on trouve les mégamarchés (plus de 10 000 mètres carrés), les hypermarchés (plus de 4 500 mètres carrés) et les supermarchés (plus de 500 mètres carrés). Les magasins entrepôts dont la superficie peut atteindre 2 500 mètres carrés, vendent en quantité des produits sans fioritures. Les magasins à rayons, les super-pharmacies, les clubs de membres et les magasins spécialisés complètent le secteur structuré du détail. Le concept des dépanneurs est relativement nouveau au Mexique, mais il prend rapidement de l'importance. Ces magasins visent essentiellement la clientèle des Mexicains aisés et nombre d'entre eux sont gérés en partenariat avec des détaillants implantés aux États-Unis.

Certains de ces détaillants achètent directement de fournisseurs étrangers. C'est surtout le cas des grands supermarchés et des chaînes de magasins à rayons. De plus en plus, les détaillants s'efforcent de simplifier leurs procédures d'achat en traitant avec un nombre plus petit de distributeurs. Les marques de distributeurs constituent une exception notable à cette tendance. Quand ils achètent directement, la plupart des détaillants s'attendent à prendre possession des marchandises dans leurs installations et à ce qu'on livre à chacun de leurs magasins de façon indépendante.