

LA DÉCISION D'ALLER DE L'AVANT

Même si c'est une solution qui offre de très intéressantes possibilités d'avenir, pénétrer le marché mexicain peut prendre du temps et être frustrant. Pour réussir, il faut l'appui total de la haute direction et y consacrer des ressources importantes. Avant d'aller de l'avant, les sociétés doivent évaluer à la fois leur marché et leur produit pour s'assurer que les deux concordent. Il y a cinq questions fondamentales à se poser :

- Le produit convient-il aux consommateurs mexicains? Par exemple, il est possible que le produit de bricolage ne se vende pas très bien au Mexique.
- Y a-t-il des restrictions à l'importation pour ce produit? Les dispositions des décrets mexicains sur l'automobile seront éliminées progressivement, mais le marché ne sera pas complètement libre avant 2004.
- Le prix du produit convient-il au marché mexicain? Le coût d'utilisation d'un véhicule au Mexique est près du double de celui du Canada et le prix peut constituer un obstacle plus important qu'au Canada.
- Le produit peut-il faire concurrence à des produits locaux en se servant des canaux de distribution actuels? Les ententes actuelles peuvent reposer sur des dispositions de protection du marché qui n'existent plus, mais la loyauté aux marques de commerce et aux personnes dans le secteur restera forte malgré tout.
- Le produit respecte-t-il les normes mexicaines pour cette catégorie de produit?

Dans les cas où le produit n'est pas connu sur le marché mexicain, il faudra informer le consommateur et probablement transmettre de la documentation pour la formation du distributeur. Ces deux types de documents doivent être produits en espagnol, tout comme les étiquettes apposées sur les produits et les documents promotionnels.

Les sociétés qui ont réussi au Mexique offrent le plus souvent le même conseil : se préparer attentivement, mettre en place des partenaires locaux et être préparé à faire des affaires «à la mexicaine». Les possibilités sont très intéressantes pour les sociétés qui sont prêtes à y consacrer le temps et les ressources nécessaires.