

# Mexicansk købekraft som hele Skandinavien

Stort potentiale for danske produkter inden for energi og fødevarerindustrien

## Eksport

AF RUNEVITUS HARRITSHØJ

BUENOS AIRES – Mexico er en regional stormagt. Sidste år overhalede landet Brasiliens BNP og tog den latinamerikanske førertrøje.

Begge lande har veluddannet arbejdskraft og en industri, der siden Murens fald er blevet moderniseret og udvi-

det i takt med globaliseringen. Ud af Mexicos 106 millioner indbyggere har 18 millioner, svarende til samtlige skandinaver, en købekraft over den danske. Det gør den til verdens hurtigst voksende middelklasse kun overgået af Kinas.

Mexico var det første land i Latinamerika der i 2000 indgik frihandelsaftale med EU og har 12 frihandelsaftaler i

alt, hvilket omfatter 90 procent af landets handel. Den danske ambassade i Mexico City skriver, at »danske produkter er kendt for høj kvalitet og har gode muligheder for at blande sig på det mexicanske marked.«

Ambassaden vurderer, at der er et stort potentielt marked for ingredienser til fødevarerindustrien som stivelse, proteiner og enzymer. Derud-

over er der aktuelle vækstmarkeder indenfor olie, gas, energi og fødevarer.

»Mexico er i dag et moderne industrisamfund, hvor middelklassen bliver større dag for dag. Ligesom i en række andre latinamerikanske lande er nye vestlige biler og forbrugere på indkøb blevet en naturlig del af gadebilledet i Mexico City. Mexicos frihandelsaftale med EU har

åbnet nye muligheder på det mexicanske marked, i takt med at eksisterende toldbarrierer over for Europa er forsvundet.

Samhandlen med industrivarer og tjenesteydelser er i dag stort set liberaliseret til gavn for danske eksportører,« siger Nikolaj Fredsted, chef for handelsafdelingen på den danske ambassade i Mexico.

Ifølge ambassaden kan det mexicanske bureaukrati føles tung og uigennemskueligt, men når først man er inde på det mexicanske marked, er der masser af muligheder. Mexicanerne er loyale og er også selv dygtige forretningsfolk, der kan lide at gøre en god handel.

## Mexico

Mexico går til præsidentvalg i juli. Den siddende centrum-højre-regering ledet af præsident Vicente Fox står ifølge meningsmålingerne til at tabe præsidentvalget til den venstredrejede tidligere hovedstadsborgmester Lopez Obrero.

- 1,9 mio. kvadratkilometer
- 106 mio. indbyggere – en tredjedel er under 15 år.
- BNP (2004): 677 mia. dollar (12. i verden)

Mexico har verdens hurtigst voksende middelklasse kun overgået af Kinas.



## Design Success skaber succes for kunderne

Det dansk-baserede firma Design Success åbnede i februar 2005 et lille kontor i Mexico City. Siden er det bogstaveligt gået opad for firmaet, siger dets stifter Kim Nordland just hjemkommen fra ture til dets kontorer i Bruxelles, London og New York.

Design Success har primært multinationale store kunder, størstedelen i Europa og Amerika, dog ingen i Danmark og Skandinavien. Kontoret i Mexico bliver udvidet til foreløbig fire medarbejdere i juli efter 13 måneder med vækst.

På det mexicanske marked har Design Success to store kunder, Fritolay, en del af Pepsico International, samt verdens største juicekoncentratproducent.

»Vi er et alsidigt agentur, der hjælper folk med at få

succes med deres marketing, innovation, branding og design. Europa er inden for marketing fem år foran Mexico, og det giver os en fordel på det mexicanske marked,« siger Kim Nordland, der er arkitektuddannet og i 2002 alene grundlagde Design Success.

»Vi opfinder nye produkter og nye kommunikationsprocesser ift. deres branding. Vi satsede egentlig på Asien, men den mexicanske middelklasse er verdens næsthurtigst voksende. Og hvor der er folk med købekraft, er der mærkevarer og dermed multinationale. Og der vil vi være til stede,« siger Kim Nordland.

Sidste år havde firmaet et to-cifret overskud, hvilket det forventer at fordoble i 2006. Mexicokontoret er p.t. det hurtigst voksende, selvom de

europæiske kunder stadig står for 70 procent af indtægterne.

Ifølge direktøren af Mexico-kontoret, Alex Rebolledo, er den mexicanske middelklasse højtuddannet, hvorfor flere multinationale firmaer har lagt deres regionale forsknings- og innovationscentre i Mexico.

»Vi vokser med vores kunder og deres succeser, så hvis du ikke ønsker succes, skal du ikke komme til os,« siger Kim Nordland og forklarer, at to tredjedele af firmaets indtægter er konsulentarbejde, hvor de blandt andet finder ligheder og forskelle på forbrugere i forskellige lande.

Design Success har ingen danske kunder, hvilket Kim Nordland mener er et spørgsmål om tid indtil de begynder at kunne trække på firmaets internationale erfaringer.

## Store ordrer i Mexico for MAN B&W Diesel

MAN B&W Diesel er et datterselskab til MAN AG i München. Firmaet producerer store dieselmotorer til skibsfarten, kraftværker og lokomotiver.

På verdensplan er firmaet en af verdens største leverandører til dieseldrevne kraftværker. På halvandet år har MAN B&W Diesel fået store ordrer i Mexico via en lokal samarbejdspartner, der med dieselgeneratorerne sælger mini-kraftværker til multinationale firmaer i Mexico.

El-forsyningen i Mexico er til tider ustabil og visse områder dårligt udbygget.

### Industri i stærk vækst

Ifølge administrerende direktør for Danmark-afdelingen, Lars Bonderup Bjørn, er Mexicos industri i stærk vækst, hvorfor han forventer en øget efterspørgsel efter kraftværker og dermed dieselgeneratorerne.

»Vi forventer, at Mexico som et af vores fire store fokusmarkeder udover Brasilien, Cuba og Indien kan blive et af vores tre vigtigste markeder. Vi går målrettet efter Mexico, fordi landets vækst betyder øget salg for os,« siger Lars Bonderup Bjørn.

MAN B&W Diesels største markeder er stadig fjernøstens skibsfart efterfulgt af Europa. Men Lars Bonderup Bjørn oplever i kraftværksmarkedet en »forskydning mod Latinamerika«, hvorfor MAN B&W Diesels mexicanske samarbejdspartner i juli åbner en stor fabrik lige uden for Mexico City.

»Det er ikke sædvanligt for os, at Mexico og også Cuba aftager så meget salg.

For halvandet år siden analyserede vi os frem til, at netop de to lande ville blive store. På Cuba forhandler vi med én kunde, staten, mens vi i Mexico bruger vores samarbejdspartner,« siger Lars Bonderup Bjørn.