

LES DÉTAILLANTS

Les statistiques publiées par l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, révèlent qu'il y a environ 50 000 magasins de détail qui vendent des vêtements au Mexique. Plus de 20 pour 100 se trouvent dans la ville de Mexico. La concurrence a augmenté de façon dramatique au cours des dernières années et le secteur du détail subit des transformations en profondeur.

LE DÉCLIN DES MAGASINS FAMILIAUX

Le Mexique a une économie parallèle immense composée de petites entreprises familiales non inscrites et n'apparaissant pas dans les statistiques officielles. L'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)*, Institut national de statistique, de géographie et d'informatique, estime que ce secteur parallèle représente environ 20 pour 100 du PIB du pays. Près de la moitié de cette économie parallèle participe au commerce et on évalue la valeur de ses échanges à 29 milliards de dollars US par année. La *Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (CONCANACO)*, Confédération des chambres nationales de commerce, estime que les ventes totales au détail du secteur parallèle sont égales à celles du secteur officiel.

Les magasins familiaux traditionnels, qui font partie de l'économie officielle, accaparent environ 20 pour 100 de toutes les ventes au détail. Les pharmacies, elles, se partagent 6 à 7 pour 100 de ces ventes. Le reste des ventes est pris en charge par les chaînes et les magasins spécialisés qui contrôlent près de la moitié du marché officiel, ou environ le quart de toutes les ventes au détail.

Cette structure du marché a commencé à changer. Les supermarchés et les magasins à rayons ont commencé à accroître leur efficacité et à améliorer leurs techniques de commercialisation; ils réalisent maintenant des percées dans le marché traditionnel des magasins familiaux.

La mise en marché devient plus sophistiquée avec des présentoirs modernes aux points de vente et des systèmes de contrôle d'inventaire améliorés. Tous conviennent de la nécessité d'améliorer le service et les magasins commencent à offrir des politiques d'échange plus souples, des garanties et des services de livraison à domicile. Les détaillants investissent dans de nouvelles installations pour conserver et élargir leur part de marché. Il y a eu une expansion rapide des magasins d'escompte, des comptoirs d'usine et des clubs d'acheteurs.

L'augmentation de la concurrence a obligé à réduire les marges, ce qui a poussé à l'adoption de systèmes de contrôle d'inventaire et de distribution plus modernes. C'est ainsi que depuis 1990, *Grupo Cifra* a dépensé plus de 200 millions de dollars US en technologie d'information. Malgré cela, l'entreprise ne fait que commencer à procéder au transfert de données entre ses scanners à code à barres et les fournisseurs.