

## TABLE DES MATIÈRES

### L'ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE NORD-AMÉRICAIN (ALÉNA)

L'ALÉNA fera passer la zone actuelle de libre-échange de 270 millions de personnes à 360 millions — un marché plus important que celui des 15 pays de l'Union européenne avec une production nord-américaine totale d'environ 7 billions de dollars.

Le Mexique est le plus important partenaire commercial du Canada en Amérique latine. Le commerce bilatéral entre les deux pays a dépassé les 5,5 milliards de dollars en 1994 et devrait atteindre les 7 milliards d'ici la fin de la décennie.

Le total cumulé des investissements canadiens au Mexique augmente rapidement, ayant passé de 452 millions de dollars en 1992 à plus de 1,2 milliard en 1994.

Ce guide de marché a été préparé en tenant compte des problèmes auxquels la personne qui envisage d'exporter est confrontée. Il ne s'agit toutefois pas d'un document exhaustif et les conditions, les intérêts et les besoins particuliers à chaque cas commanderont la façon dont les entreprises doivent adapter leur approche et leur stratégie au marché mexicain.

Pour obtenir de plus amples renseignements, s'adresser au :

Ministère de l'Industrie (MI) par l'intermédiaire des Centres de commerce international (cf. Où obtenir de l'aide additionnelle), ou à l'InfoCentre aux numéros suivants :

Téléphone : 1-800-267-8376 ou (613) 944-4000  
Télécopieur : (613) 996-9709  
FaxLink : (613) 944-4500  
Babillard électronique de l'InfoCentre (BÉI) :  
1-800-628-1581 ou (613) 944-1581

LE MARCHÉ DU VÊTEMENT AU MEXIQUE	7
La structure du secteur	8
Les zones géographiques de production de vêtements	9
Le nord du Mexique	9
Le Bajío ou Mexique central	10
La région de Mexico	10
Le sud-est du Mexique	10
Les zones en expansion	10
La main-d'oeuvre	11
Les capacités en design	11
Technologie	12
Les politiques industrielles du gouvernement	14
LE COMMERCE INTERNATIONAL	15
LA CONCURRENCE	17
Les producteurs mexicains de vêtements	17
Les forces	18
Les faiblesses	18
Les concurrents étrangers	19
L'investissement	19
Les accords de licence	19
LES MARCHÉS DE CONSOMMATION	20
Le marché du vêtement	20
L'économie	20
La démographie	20
Les revenus	21
L'urbanisation	22
Les tendances de la mode	22
Les tenues saisonnières	23
Les tailles	23
Les choix de tissus	23
La segmentation du marché	23
Les vêtements pour enfants	24
Les débouchés pour les fournisseurs canadiens	24
Les vêtements pour dames	24
Les débouchés pour les fournisseurs canadiens	25
Les vêtements pour hommes	26
Les débouchés pour les fournisseurs canadiens	26
LES DÉTAILLANTS	27
Le déclin des magasins familiaux	27
L'émergence des centres commerciaux	28
L'expansion des chaînes nationales	28
Les ventes par catalogue	29
Les ventes directes	29