

premiers mois de 1995. Jusqu'ici, la reprise est entièrement attribuable aux exportations – et les ventes au détail demeurent languissantes. Les analystes du secteur estiment toutefois que cette baisse est temporaire.

La crise économique a eu une retombée favorable pour l'exportateur canadien. L'ancien secteur de vente au détail était caractérisé par un système de distribution complexe à plusieurs niveaux. Une grande partie des opérations commerciales était traditionnellement fondée sur les liens personnels et familiaux plutôt que sur une concurrence véritable. Dans le passé, il en résultait une hausse du coût des produits importés. Les sociétés inconnues avaient très peu de chances de percer le marché. La crise a forcé de nombreux détaillants à revoir leurs pratiques d'exploitation et rompu un grand nombre de liens d'approvisionnement. Beaucoup de représentants de grossistes et de distributeurs qui étaient spécialisés en marchandises importées ont déposé leur bilan en 1995. Par conséquent, les sociétés canadiennes qui entendent adopter une stratégie à moyen ou à long terme constateront que des portes s'ouvriront pour eux au fur et à mesure que la reprise progressera.

LA DÉMOGRAPHIE

D'après une estimation, Mexico compte 27 pour 100 des ménages du Mexique et représente 45 pour 100 de son pouvoir d'achat. Le Mexique est un pays de jeunes : l'âge moyen est inférieur d'environ 10 ans à celui du Canada. Ainsi, une grande proportion des 100 millions d'habitants du Mexique se trouve dans le principal groupe d'âge de consommateurs d'articles de sport.

La société mexicaine se caractérise par des disparités de revenu considérables. Selon les estimations de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), le ratio du revenu du quintile le plus

élevé sur le quintile le moins élevé est de 13,6 au Mexique. Le ratio s'établit à 7,1 et à 8,9 respectivement au Canada et aux États-Unis.

La classe supérieure a peu senti les effets de la crise et continue d'engager des dépenses discrétionnaires élevées. Avant la dévaluation, la tranche supérieure de dix pour cent recevait 38 pour 100 des revenus des ménages. Par contre, ces consommateurs ont tendance à voyager et se procurent souvent des biens de consommation à l'étranger, particulièrement aux États-Unis. Cette situation est attribuable, en partie, au fait que les prix de détail au Mexique ont été, historiquement, supérieurs du tiers environ à ceux ayant cours aux États-Unis. La conjoncture pourrait changer au fur et à mesure que les circuits de distribution sont rationalisés par suite de la crise économique et que des détaillants américains de produits haut de gamme s'établissent au Mexique.

La classe moyenne est généralement considérée comme un marché plus prometteur pour les articles de sport. Bien que la classe moyenne grandissante ait été sévèrement touchée par la crise économique, le potentiel de croissance à long terme est encore bon. Ce segment de la société tend à associer situation sociale et produits importés. Il est à l'origine d'une forte demande générale de biens de consommation. Par ailleurs, la classe moyenne est généralement plus jeune et plus active que la classe supérieure. Selon un expert, la classe moyenne représentait 12,5 pour 100 de la population avant la dévaluation et son pouvoir d'achat dépassait 42 000 \$ US par ménage. Cette estimation représente un marché de plus de 12 millions de consommateurs.

LES TENDANCES DANS DES SPORTS PRÉCIS

Le soccer demeure le principal sport mexicain. Presque chaque école, ville

et quartier compte au moins une équipe et le soccer intérieur jouit d'une grande faveur dans les universités. Il y a donc au Mexique quelque 20 millions de joueurs de soccer, y compris ceux des écoles, des équipes d'amateurs et des équipes professionnelles. Malgré cette prééminence, la popularité d'autres sports s'accroît depuis quelques années : les quilles, le squash, le racquetball, le baseball et le basket-ball

Les quilles

En raison, principalement, de l'expansion prise par les associations de compétition de quilles, les Mexicains en sont venus à considérer les quilles comme un sport plutôt que comme un loisir. Le nombre de salles de quilles a augmenté, presque exclusivement dans les zones urbaines. Les quilles sont vues, de plus en plus, comme un sport familial. Le jeu de dix-quilles est la norme, quoique certaines salles maintiennent des pistes de cinq-quilles pour les compétitions internationales. Jouer aux quilles au Mexique coûte cher, car la majorité de l'équipement est importé. Le principal fournisseur est *AMF Voit*.

Le racquetball et le squash

La popularité du tennis commence à engendrer de l'intérêt pour d'autres sports de raquette. Le racquetball est très populaire, suivi par le squash. Les courts sont exploités par des clubs de sports de raquette majoritairement situés dans les zones urbaines et les principaux centres de villégiature de week-end en périphérie de Mexico. Il devient plus courant pour les Mexicains fortunés d'avoir des courts «informels» dans leur résidence. La pollution élevée de la vallée de Mexico constitue l'un des facteurs de croissance de ces jeux d'intérieur.

Le baseball et le basket-ball

Le baseball devient de plus en plus populaire, mais est essentiellement