

UNE EXPÉRIENCE CANADIENNE —

MR. JEFF INC.

Expertise dans la production en petites quantités

Gordon Robinson de Mr. Jeff Inc. croit qu'il faut commencer par faire son propre travail. Il a visité le Mexique pendant quelques années pour y chercher des débouchés. C'est un fabricant de chemises pour hommes et d'articles tricotés et il a commencé par s'intéresser au Mexique comme source de main-d'œuvre à faible coût. Il a découvert que pour les quantités qui l'intéressaient, par exemple 50 douzaines d'un style donné de chemises, le coût n'était pas concurrentiel. Il explique : «Le travail dans les *maquiladoras* est très efficace, mais il est organisé pour produire de grandes quantités d'un même produit. Ces installations ne sont pas conçues pour permettre de s'adapter avec souplesse à d'autres types de fabrication.»

Il a constaté que les fabricants et les sous-traitants les plus petits qui seraient les mieux en mesure de fabriquer de petites quantités ne font que commencer à réagir aux pressions concurrentielles. Le plus souvent, ils n'ont pas les fonds ou l'expertise nécessaires pour être concurrentiels. S'ajoute à cela qu'ils n'ont qu'un accès limité à des tissus importés à prix raisonnable étant donné la taille de leurs commandes.

M. Robinson a réalisé que les fabricants canadiens sont confrontés au même problème d'approvisionnement et il a vu là une possibilité. Il a trouvé un fabricant mexicain, qui n'était pas un concurrent, avec qui il pourrait partager les commandes. M. Jeff peut maintenant se procurer des tissus à prix concurrentiel et, en même temps, il a pris pied sur le marché mexicain.

Il estime que les sociétés canadiennes disposent d'une expertise fort valable pour la production en petites quantités d'articles portant des marques de manufacturiers qui prendront de plus en plus de valeur sur le marché mexicain. La technologie canadienne de la fabrication des vêtements est, par nécessité, tournée vers les productions en petites quantités, facilement adaptables et rapides pour répondre aux besoins des détaillants.

Le Mexique ne fait que commencer à adopter les programmes de marques maison. M. Robinson pense que les magasins de la moitié inférieure du marché essayeront de s'approvisionner en Extrême-Orient, mais il est convaincu qu'il y a des possibilités pour le Canada avec les produits de milieu à haut de gamme. M. Robinson espère pousser d'autres fabricants canadiens de marques maison à travailler avec un groupe choisi de fabricants mexicains pour élaborer un programme complet de marques maison.

LES TENUES SAISONNIÈRES

Le climat dans tout le Mexique est tempéré, même si certaines parties du pays connaissent des températures froides, en particulier le soir. Le marché des gros vêtements est limité. C'est ainsi que le Mexique n'a importé que 5 millions de dollars US de vêtements de fourrure en 1992. Le fait que la température varie moins a pour conséquence que les saisons d'achat sont plus longues. Il y a deux grandes saisons sur le marché : l'automne/hiver et le printemps/été.

LES TAILLES

En moyenne, les Mexicains sont plus petits que les Canadiens ce qui fait qu'il faut s'attendre à une part plus importante de commandes pour les petites tailles en provenance du Mexique. Il y a également un marché pour les petites tailles fortes.

LES CHOIX DE TISSUS

De façon traditionnelle, le polyester et les mélanges de polyester ont été les tissus les plus populaires, surtout parce qu'ils sont faciles à entretenir et coûtent moins cher. Au fur et à mesure que les consommateurs sont devenus plus aisés et plus attentifs à la mode, les tissus naturels sont devenus plus populaires. Les tissus dont les parts de marché augmentent sont, entre autres, les cotons, les laines et les lins légers.

LA SEGMENTATION DU MARCHÉ

On peut distinguer sur le marché des vêtements, à des fins analytiques, des segments de marché en fonction du sexe et de l'âge. Les vêtements d'enfants sont définis comme les vêtements destinés aux enfants de moins de 14 ans. Les marchés des vêtements pour hommes et pour dames réagissent à des influences différentes et on les étudiera de façon distincte dans les sections qui suivent.

CRÉNEAUX DU MARCHÉ DES VÊTEMENTS AU MEXIQUE, 1992

Catégorie	Pourcentage
Dames et filles	58
dames	35
filles	23
Hommes et garçons	42
hommes	25
garçons	17
Total	100 %

Source : Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), Secrétariat au commerce et au développement industriel, données citées par le U.S. Department of Commerce.