

## LE MARCHÉ DU VÊTEMENT AU MEXIQUE

Le secteur mexicain du vêtement produit plus de 5 milliards de dollars américains de vêtements par année. Jusqu'à 1988, il était protégé par d'imposantes barrières commerciales et la pénétration des importations était relativement faible. De façon traditionnelle, les Mexicains aisés achetaient des vêtements de designers lors de leurs voyages à l'étranger alors que la plupart des consommateurs se satisfaisaient des produits locaux.

Avec l'augmentation des revenus (au moins jusqu'à la dévaluation du peso de décembre 1994) et la plus grande visibilité de la mode internationale, la demande de vêtements mode de haute qualité a augmenté rapidement. Cela se vérifie tout particulièrement pour les jeunes, qui sont influencés par la presse européenne et américaine.

Parallèlement, la libéralisation des échanges qu'a connue le Mexique, surtout depuis l'entrée en vigueur de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA), a soumis les producteurs mexicains à une forte concurrence. Un grand nombre d'entre eux n'ont pas survécu puisqu'on constate qu'à la fois le nombre de sociétés et le nombre d'employés ont chuté. Cela a entraîné une augmentation marquée des importations. Un grand nombre de fabricants mexicains de vêtements ont donc appris à leurs dépens que leur production caractérisée par de faibles salaires et une faible productivité ne pouvait pas faire concurrence à la technologie moderne et à des travailleurs compétents. En vérité, les producteurs mexicains à grande échelle qui ont le mieux réussi sont ceux qui ont modernisé tous les aspects de leurs activités.

Dans ce nouveau contexte concurrentiel, les avantages relatifs du Mexique ne sont plus les mêmes. Ses points forts sont de plus en plus la production d'articles dans lesquels il est possible de réaliser des économies d'échelle, comme les jeans et les sous-vêtements, et les produits faisant appel à une grande quantité de travail manuel, comme les vêtements pour enfants.

Les fabricants mexicains de vêtements et de tissus cherchent activement à créer des partenariats avec des sociétés étrangères qui les aideront à être concurrentiels. Avec la dévaluation du peso, la demande à l'exportation des vêtements mexicains a augmenté nettement. Un grand nombre de sociétés mexicaines ne sont toutefois pas en mesure de respecter les normes internationales de qualité des marchés d'exportation. Ces entreprises doivent se moderniser pour être en mesure de tirer parti des nouvelles possibilités d'exportation. L'expérience et les compétences que les entreprises canadiennes ont acquises avec des cycles de production courts et souples de vêtements mode feront probablement apparaître des possibilités de coentreprises au Mexique. Dans la situation actuelle, le partenaire canadien devra toutefois être prêt à assurer son propre financement.