

de vêtements pour dames mexicain devraient réussir à pénétrer ce marché. Il faudrait alors que la société canadienne apporte son expertise technique et de commercialisation ainsi que son savoir-faire en design.

LES POSSIBILITÉS POUR LES VÊTEMENTS POUR HOMMES

Le marché des vêtements pour hommes est évalué à environ un quart du marché total des vêtements. La pénétration des importations est d'environ 18 pour 100, le triple de ce qu'elle est pour les vêtements pour dames.

Les Mexicains qui travaillent dans le milieu des affaires et ailleurs sont moins sensibles à la mode que leurs homologues canadiens, au moins dans les gammes de prix inférieure à moyenne. On trouvera plus facilement chez cette clientèle des costumes et des chemises réalisés en tissus comportant un fort pourcentage d'éléments synthétiques. Les plus courants sont polyester/laine pour les costumes et polyester/coton pour les chemises. Les usines mexicaines de vêtements sont relativement bien équipées pour répondre à la demande en produits de base comme les chemises, les chaussettes, les sous-vêtements, les costumes et les jeans.

Le marché haut de gamme et décontracté est celui des designers européens connus comme Hugo Boss et Giorgio Armani. Un petit nombre de sociétés mexicaines, comme *Confitalia*, sont en mesure de faire concurrence efficacement sur ce marché, grâce à des accords de licence avec des designers étrangers et à l'accès qu'elles ont à des tissus étrangers. Les autres fabricants mexicains de vêtements pour hommes s'intéressent de plus en plus à la moitié supérieure du marché. Certains d'entre eux s'aperçoivent

qu'ils seront en mesure de faire concurrence dans ce créneau s'ils réussissent à mettre en place des alliances stratégiques qui leur donneront accès à des capitaux, à de la technologie et à de l'expertise en commercialisation et en design.

Les possibilités pour les fournisseurs canadiens

Il est possible, dans ce créneau, de réussir à mettre en place des alliances stratégiques entre les fabricants canadiens de vêtements et des sociétés mexicaines. Les observateurs de ce secteur conviennent qu'il y a une pénurie de produits à fort contenu en design destinés aux consommateurs les plus jeunes dans la moitié inférieure du marché. En règle générale, les jeunes mexicains veulent suivre les tendances de la mode, mais n'ont pas les revenus pour acheter des produits haut de gamme. Un programme de marque de distributeur pourrait être une façon de lancer des produits de style et à coût relativement bas.

Les exportations directes de vêtements décontractés haut de gamme destinés aux jeunes offrent également des possibilités. Les pantalons, les vêtements d'extérieur et les chemises sont importés en grandes quantités.

LES STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

LA DISTRIBUTION

Les détaillants mexicains les plus importants achètent directement des fabricants, en particulier quand il s'agit de marques de distributeur. Ils ont leurs propres acheteurs, qui suivent les salons de la mode et visitent les milieux spécialisés aux États-Unis et en Europe. Ils acceptent également volontiers d'assister à des présentations de nouvelles gammes de produits dans leurs locaux. Pour mettre en place de telles activités, il vaut mieux avoir recours aux

services d'un agent ou d'un représentant mexicain.

Quelques agents indépendants s'occupent de gammes multiples de produits. Ils ont tendance à représenter des fabricants plus petits ou des designers. Ces agents sont soumis à des pressions parce qu'un grand nombre des détaillants les plus importants insistent maintenant sur un meilleur service et veulent traiter directement avec leurs fournisseurs.

Les grands magasins à rayons et beaucoup des chaînes spécialisées les plus importantes achètent leurs produits importés par l'intermédiaire d'agents ou de groupes d'achat. C'est ainsi que *El Puerto de Liverpool* est membre du groupe d'achat Atkins, implanté à New York.

La plupart des fabricants mexicains de vêtements ont des agents de vente exclusifs qui sont des employés. Dans certains cas, il arrivera qu'un fabricant complète sa gamme de produits en y ajoutant des articles d'autres entreprises, y compris de fabricants étrangers.

Les fabricants mexicains de vêtements s'efforcent de suivre les tendances du marché qui recherchent des produits plus mode, des systèmes de distribution de plus en plus sophistiqués et exigent un service à la clientèle de plus en plus élaboré. Ils sont intéressés par les coentreprises avec les fabricants étrangers qui peuvent leur apporter des compétences techniques et en commercialisation en échange de l'accès au marché mexicain.

Les fournisseurs canadiens de vêtements qui souhaitent faire connaître leurs produits et rencontrer des clients, des agents et des partenaires éventuels ont intérêt à participer aux foires commerciales. C'est là une approche efficace. On trouvera à la fin de ce sommaire une liste des contacts importants au Mexique ainsi qu'une liste de ces foires.