

Ces consommateurs sont de plus en plus sophistiqués. La moitié des répondants à l'enquête étaient allés faire des achats aux États-Unis. En règle générale, les consommateurs mexicains de vêtements importés sont très au fait de ce qui est à la mode, de ce qui est disponible et du prix des marchandises.

ÉVOLUTION DE LA POPULATION MEXICAINE EN MILLIONS DE PERSONNES ET EN POURCENTAGES

| Âge | 1995 | Pourcentage | 2000 | Pourcentage |
|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| 0-4 | 10,9 | 11,5 | 11,7 | 11,3 |
| 5-9 | 10,2 | 10,8 | 10,7 | 10,4 |
| 10-14 | 10,1 | 10,7 | 10,1 | 9,8 |
| 15-19 | 10,1 | 10,7 | 10,0 | 9,6 |
| 20-24 | 10,3 | 11,0 | 10,0 | 9,6 |
| 25-29 | 9,0 | 9,5 | 10,2 | 9,8 |
| 30-34 | 7,4 | 7,8 | 8,9 | 8,6 |
| 35-39 | 6,0 | 6,4 | 7,3 | 7,1 |
| 40-49 | 8,7 | 9,3 | 10,7 | 10,3 |
| 50-64 | 7,6 | 8,1 | 9,2 | 8,9 |
| 65 plus | 3,9 | 4,2 | 4,8 | 4,6 |
| Total | 94,7 | 100,0 | 103,9 | 100,0 |

Source : Consejo Nacional de Población (CNP), Conseil national de la population et Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), Institut national de statistique, de géographie et d'informatique.

LES REVENUS

Le marché du vêtement, en particulier pour les vêtements importés de haute qualité, est limité par les revenus relativement faibles de la plupart des Mexicains. En 1990, environ 20 pour 100 des Mexicains avaient des revenus égaux ou supérieurs à 10 000 \$ US. Ce groupe, qui doit approcher maintenant les 20 millions de personnes, est considéré comme le marché essentiel de la plupart des produits de consommation importés.

Il n'y a que les Mexicains très aisés à pouvoir s'offrir certains types de vêtements importés. Le fait d'avoir accès à un plus vaste choix de vêtements de haute qualité, provenant essentiellement de fournisseurs européens et américains, conduit ce groupe à acheter de plus en plus au pays plutôt qu'à l'étranger.