

Même les villages les plus petits et les plus pauvres ont leur terrain de soccer.

Quelques sports moins traditionnels ont commencé à disputer la place au soccer, stimulant un marché croissant d'équipement de sport, particulièrement dans le nord, où l'influence culturelle américaine est plus marquée. Le baseball et le basket-ball jouissent maintenant de nombreux adeptes, en particulier à Monterrey, où un nouveau centre de sports d'intérieur vient d'être construit. Les deux sports ont des ligues professionnelles et comptent un nombre croissant de joueurs amateurs. Plusieurs autres sports individuels et collectifs commencent à attirer les Mexicains de classe moyenne, dont le volley-ball, le patinage à roues alignées, la course, le football américain et le cyclisme.

Le golf et le tennis ont acquis une immense popularité auprès des Mexicains fortunés. Puisqu'il n'existe pratiquement pas d'installations publiques pour ces sports, les adeptes doivent faire partie d'un club sportif privé ou d'un club de loisirs privé. Cette exclusivité engendre un certain prestige social qui attire maintenant des joueurs de classe moyenne à mobilité ascendante, qui préfèrent les articles portant des marques de commerce haut de gamme. L'exclusivité du golf est à la source de certaines controverses. Ainsi, lorsque des dirigeants de la ville de Tepotzlán ont autorisé l'aménagement d'un terrain de golf conçu par Jack Nicklaus, les résidents locaux ont protesté haut et fort. Le projet, qui aurait été situé dans une région dont le patrimoine historique et culturel est important, a été différé indéfiniment.

La popularité de la bonne forme physique et de l'exercice chez les jeunes Mexicains stimule le marché croissant des appareils d'exercice. La pollution élevée de Mexico et d'autres régions urbaines a chassé à l'intérieur

les Mexicains soucieux de leur forme physique, créant un marché dynamique pour tous les types d'appareils d'exercice, tant pour usage domestique que pour les clubs d'exercice et les gymnases. Ce marché est encore nourri par la demande émanant de l'énorme secteur touristique mexicain dont les destinations les plus courues sont les stations balnéaires. L'équipement pour les sports nautiques et pour les sports de plage, ainsi que pour des activités sportives générales, est en demande constante.

LE MARCHÉ MEXICAIN DES ARTICLES DE SPORT

La croissance de la classe moyenne est le principal facteur expliquant le marché croissant des articles de sport au Mexique. Depuis quelques années, l'accroissement du temps de loisir s'est combiné à la hausse du pouvoir d'achat pour augmenter l'intérêt manifesté pour les sports-spectacles et les sports participatifs, ainsi que pour d'autres activités de loisir. L'accent mis sur le conditionnement physique a renforcé cette tendance. Les ventes d'articles de sport importés ont bondi de 70 pour 100 en 1994 seulement.

Le marché des articles de sport comprend des marchandises pour les activités récréatives et sportives individuelles et collectives, telles que le golf, le tennis, la gymnastique, le conditionnement physique, les sports d'équipe, les sports nautiques et la conduite de véhicules nautiques. Ce sommaire des débouchés d'affaires ne porte pas sur les vêtements ou les chaussures de sport, les armes à feu ou l'équipement de camping. Ainsi circonscrit, le marché mexicain des articles de sport, dont les deux tiers sont importés, a été évalué à quelque 350 millions de dollars US.

En décembre 1994, le montant élevé du déficit courant et

d'importantes sorties de capital ont provoqué une brusque dévaluation du peso, précipitant une grave crise économique. En tant que produits de luxe, les articles de sport étaient très vulnérables face à la chute subséquente du revenu disponible. En 1995, la demande s'est donc contractée et les importations ont diminué. Au début de 1996, une reprise économique progressive s'est amorcée. Il est prévu que la demande refoulée des consommateurs reprendra aussi en 1996, amenant une croissance marquée dès 1997.

Le marché mexicain recèle des débouchés importants pour les entreprises canadiennes d'articles de sport qui sont disposées à adopter une stratégie à moyen ou à long terme. Les sociétés qui pénètrent le marché au cours de cette période de reprise seront bien positionnées lorsque les taux élevés de croissance reviendront. L'Accord nord-américain de libre-échange (ALÉNA), en vigueur depuis 1994, accorde aux articles de sport canadiens et américains un avantage certain au Mexique, puisque l'Accord a supprimé ou réduit les droits douaniers sur la majorité des articles de sport originaires de l'Amérique du Nord.

LE RÔLE DU COMMERCE ÉTRANGER

Le marché mexicain des articles de sport importés a connu une forte croissance depuis cinq ans, quoique l'ensemble du marché soit relativement petit. Les importations ont bondi de 70 pour 100 en 1994, atteignant 217 millions de dollars US. Les exportations canadiennes ont augmenté de 20 pour 100 en 1994, totalisant 5,1 millions de dollars US, et occupant une part d'un peu plus de deux pour cent du marché des importations. Les véhicules nautiques autres que les planches à