

## LES MARCHÉS DE CONSOMMATION

D'après le U.S. Department of Commerce, chaque personne au Mexique achète de 12 à 14 vêtements par année. Avec une population de 90 millions d'habitants en 1994 et une croissance annuelle prévue de deux pour cent, le marché éventuel des vêtements est manifestement très important. D'autres tendances économiques et démographiques moins évidentes contribuent à faire du Mexique un marché encore plus attrayant.

## LE MARCHÉ DU VÊTEMENT

### L'ÉCONOMIE

La demande de vêtements dépend dans une large mesure de la situation de l'économie. Au cours des dernières années, le Mexique a réussi de façon remarquable à garder le contrôle de ses problèmes économiques. Même si le peso a nettement chuté en décembre 1994, on a considéré le plus souvent qu'il s'agissait d'une correction nécessaire et l'économie s'est stabilisée à nouveau progressivement. Les politiques gouvernementales en faveur de la privatisation, de la déréglementation et qui s'en remettent davantage aux forces du marché ont permis de conserver la confiance des investisseurs malgré la dévaluation. De plus, l'augmentation rapide des exportations, découlant de la dévaluation, génère des revenus en devises étrangères et la concurrence qui s'exerce sur le marché entraîne des gains importants de productivité. Tous ces indicateurs laissent prévoir que la croissance économique devrait être soutenue à moyen terme.

### LA DÉMOGRAPHIE

Les perspectives que laissent entrevoir ces développements macroéconomiques sont encore améliorées par les tendances démographiques. La moitié de la population mexicaine a moins de 21 ans et environ les deux tiers moins de 30 ans. Le «baby boom» mexicain est composé d'adolescents qui sont influencés par la télévision étrangère et par les styles de vie nord-américains, très attirés et très attentifs à la mode et qui recherchent la qualité.

L'attitude des consommateurs mexicains est également très positive. L'édition d'octobre 1993 de *Chain Store Age Executive* fait état des rapports d'une enquête menée auprès des chefs de ménage dans dix États populeux du Mexique. Cette enquête a permis d'apprendre que les Mexicains ont plus confiance dans la stabilité de leurs emplois qu'un an auparavant. Ils se sentent plus sûrs en termes financiers et prévoient davantage d'achats importants. L'enquête parvient à une autre conclusion qui est que les jeunes mexicains estiment que leur niveau de vie est égal ou supérieur à celui de leurs parents. Il y a 20 ans, au cours des années d'expansion économique au Canada et aux États-Unis, on enregistrait le même type d'opinion.