

Principaux fabricants de vêtements mexicains

Société	Produit
Carnival	Sous-vêtements et sous-vêtements de maintien
Parras	Jeans
Confitalia	Complets pour hommes
Industria Monterrey	Jupes et pantalons
Grupo Haydar	Jeans et vêtements en denim
Manufacturera Libra	Jeans
Playtex	Sous-vêtements de maintien
Cantabria	Jeans
Originales	Finos Jeans, robes, jupes et pantalons décontractés

Source : Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV), Chambre nationale de l'industrie du vêtement.

Un grand nombre d'exportateurs américains implantent maintenant leurs propres installations de production au Mexique ou ailleurs en Amérique latine. Si les producteurs coréens ont manifesté un certain intérêt pour cette solution, leurs pratiques de travail et leur style de gestion n'est pas toujours compatible avec les usages mexicains. Jusqu'à maintenant, les Coréens ont dirigé leurs investissements vers le Honduras, le Guatemala et le Salvador, des pays qui ont accès aux marchés américain et mexicain grâce à l'Initiative du bassin des Caraïbes (IBC).

Les sociétés étrangères ont également commencé à conclure des accords de licence avec les fabricants mexicains. On constate ainsi qu'un certain nombre de designers connus ont récemment accordé des licences pour la fabrication de leurs produits au Mexique.

LES DÉTAILLANTS

Il y a environ 50 000 commerces de détail de vêtements au Mexique. Plus de 20 pour 100 sont situés à Mexico. La concurrence a augmenté férocement au cours des dernières années et le commerce de détail subit des transformations importantes pour diverses raisons.

- **La diminution des magasins familiaux :** Les supermarchés et les magasins à rayons ont accru leur efficacité et amélioré leur commercialisation. Ils pénètrent maintenant les marchés traditionnels des magasins familiaux qui avaient dominé le commerce de détail jusqu'à maintenant.
- **L'émergence des centres commerciaux :** On voit apparaître des centres commerciaux de style américain dans tout le pays. La plupart des grandes chaînes mettent en place des coentreprises avec des détaillants étrangers. Certains de ces nouveaux types de magasins ont mis du temps à prospérer et des observateurs estiment que les trois principaux marchés urbains sont déjà saturés.
- **L'expansion des chaînes nationales :** Les détaillants s'intéressent maintenant activement aux centres plus petits et à clientèle moins élevée du Mexique. *Sears de México* et *El Puerto de Liverpool* ont été parmi les premiers à construire des magasins plus petits dans les villes de province. Trois grandes chaînes de supermarchés, *Cifra*, *Gigante* et *Comercial Mexicana* vont chercher les clients dans les régions rurales avec des établissements de vente à rabais.
- **Les ventes par catalogue :** Les ventes par catalogue n'occupent pas une place importante au Mexique, en particulier parce que les services de livraison de colis ne sont pas très efficaces. Nieman Marcus, l'importante maison de détail et de vente par correspondance du Texas, a lancé un

catalogue sur le marché mexicain en 1994. Les observateurs du secteur de la vente directe par correspondance suivront attentivement ses progrès.

- **Les ventes directes :** Les ventes directes sont beaucoup plus courantes au Mexique qu'elles ne le sont au Canada. Ce type d'entreprise organise des réunions à domicile et vend directement aux personnes au bureau ou à la maison. Des entreprises comme Avon et House of Fuller fabriquent des gammes complètes de vêtements dont la distribution est assurée par leurs propres représentants.

LA MODE

Les Mexicains sont soumis pour l'essentiel aux mêmes tendances de la mode que leurs voisins du Nord. Ils regardent la télévision étrangère et lisent les magazines internationaux de mode. Même s'il n'y a qu'une petite partie de la population qui puisse consacrer une partie de ses revenus à la mode, en termes absolus c'est un groupe important. Toutefois, d'une certaine façon, leurs goûts diffèrent de ceux des Canadiens. Dans le milieu des affaires, la mode a tendance à être plus officielle et plus conservatrice qu'au Canada. Les vêtements pour enfants sont plus élaborés, en particulier les robes des petites filles, alors que les femmes portent plus fréquemment des robes et des jupes.

Les jeunes sont séduits et intéressés par la mode et tendent à consacrer aux vêtements un pourcentage plus important de leur revenu disponible que le consommateur moyen. Environ un tiers de tous les jeunes de 15 à 19 ans travaillent. Même si leurs revenus sont faibles, ils sont très conscients de ce que portent leurs pairs et se font accepter dans certains cercles en fonction de leur apparence. Ces modes évoluent rapidement et les vêtements pour