

Les critères les plus importants lors des décisions d'achat sont la mode, l'exclusivité, la qualité et le prix. Dans le cas des étiquettes de designers internationaux de haut de gamme, les acheteurs de *El Palacio de Hierro* cherchent à obtenir des exclusivités. Pour les marchandises à prix intermédiaire, le design et le style sont plus importants que l'étiquette. *El Palacio de Hierro* est représenté par Colt Mercantile International, un service d'achat new-yorkais.

SALINAS Y ROCHA

Salinas y Rocha est l'une des principales chaînes de magasins à rayons du pays avec 135 magasins dans 65 villes. En 1992, ses ventes étaient de 405 millions de dollars US. Cette chaîne a l'habitude d'offrir les vêtements en proportion plus faible que les autres grands magasins à rayons. Pour faire face à la concurrence croissante, *Salinas y Rocha* a lancé un programme pour rendre ses magasins plus attrayants. Le prototype en est leur nouveau magasin du district touristique d'Acapulco. Ce magasin de 110 000 pieds carrés a été le gagnant du prix international du magasin de détail de l'année : *Chain Store Age Executive's*. Il fait appel au concept de «magasin à l'intérieur d'un magasin» en différenciant nettement les divers rayons. C'est ainsi que le rayon des enfants a son propre logo *Avanti* et que ses articles et sa présentation sont à la dernière mode. Le rayon des articles de sport a également sa propre personnalité et son logo, *Forza*. On s'attend à ce que cette approche par créneaux du marché constitue la principale force de *Salinas y Rocha* à l'avenir.

CASA RODOREDA

Casa Rodoreda est une société qui a 60 ans et trois magasins à rayons à Puebla, environ à deux heures de voiture à l'est de Mexico. En 1993, elle importait 20 pour 100 de ses vêtements des États-Unis. Le directeur des achats, M. Eduardo Vigil, s'attend à ce que les importations augmentent d'environ 30 pour 100 en 1994. Les acheteurs se rendent au salon de Dallas et traitent en général directement avec les fabricants. Leur gamme de produits, qui se vendent bien, comprennent des marques comme Leslie Fay et Hang Ten, qui ont un style particulier qu'on ne retrouve pas chez les fabricants locaux.

MAZÓN HERMANOS

Mazón Hermanos exploite trois magasins à rayons à Sonora, près de la frontière américaine. Isabel Aja, l'acheteur de ces magasins, dit qu'une de ses priorités est de trouver des marchandises qu'on ne retrouve pas ailleurs : «Je dois offrir (au client) des marchandises qu'il ne trouvera pas à Tucson en Arizona.» Parmi les marques qu'on retrouve dans ces magasins, on peut citer Atina, Hollywood Night, My Michelle, Tracy Evans et Living Colors. *Mazón Hermanos* utilise les services du Doneger Group, un bureau d'achat new-yorkais et a un service de facturation à Phoenix.