

REGARD SUR LE MARCHÉ



Photo : © Scott Dunn – Forbes.com

Du Sud des États-Unis Atlanta

Le territoire couvert par la Délégation du Québec à Atlanta regroupe 11 États du Sud des États-Unis, soit : l'Alabama, l'Arkansas, la Caroline du Nord, la Caroline du Sud, la Floride, la Géorgie, la Louisiane, le Mississippi, l'Oklahoma, le Tennessee et le Texas ainsi que Porto Rico et les Îles Vierges américaines. Il compte une population totale de 96,5 millions d'habitants, ce qui représente 30 % de la population américaine.

Cette région bénéficie d'une importante croissance démographique. Plusieurs villes font partie des 50 villes les plus peuplées des États-Unis : Dallas, Houston, Miami, Atlanta, etc. Ces villes et leurs agglomérations ont connu et connaîtront au cours des prochaines années une croissance parmi les plus fortes au pays; un grand nombre de « baby boomers » prendront leur retraite et déménageront dans le sud pour jouir des avantages d'un climat doux et d'un coût de vie abordable.

Données démographiques et économiques de la région métropolitaine d'Atlanta

- Population : 5 268 860 habitants (2010)¹
- Composition ethnique : Blancs (56 %), Afro-Américains (31,8 %), Asiatiques (4,6 %), Hispaniques (toutes origines confondues; 10,9 %), autres (7,6 %) ²
- Revenu annuel moyen par habitant : 26 831 \$ (2011)³
- Taille moyenne des ménages : 2,68 personnes (2010)⁴
- Produit intérieur brut : 283,3 G\$ US (2011) – 10^e rang des villes américaines ⁵
- Taux de croissance : 4,1 % de 2010 à 2011 et 3,5 % de 2008 à 2011⁶
- Taux de chômage : 8,2 % (mai 2013) ⁷
- Inflation de l'indice des prix à la consommation (IPC) d'avril 2012 à avril 2013 : 1,1 % ⁸
- Dépenses alimentaires annuelles moyennes par ménage (2010) : 5 798 \$ US (dépenses d'épicerie : 3 291 \$ US; autres dépenses alimentaires : 2 507 \$ US) ⁹

Par ordre d'importance, les 5 grandes zones métropolitaines de la région du Sud des États-Unis en termes de population :

Dallas-Fort Worth-Arlington.....	6 280 597
<i>Pour la ville de Dallas, TX.....</i>	<i>1 197 816</i>
Houston-Sugar Land-Baytown	5 836 814
<i>Pour la ville de Houston, TX.....</i>	<i>2 099 451</i>
Miami-Fort Lauderdale-Pompano.....	5 526,089
<i>Pour la ville de Miami, FL.....</i>	<i>399 457</i>
Atlanta-Sandy Springs-Marietta.....	5 268 860
<i>Pour la ville d'Atlanta, GA.....</i>	<i>420 003</i>
Tampa-St. Petersburg-Clearwater.....	2 770 114
<i>Pour la ville de Tampa, FL.....</i>	<i>335 709</i>

Sud des États-Unis (total).....96 531 344

Source: United States Census Bureau, United States Census 2010, 2011

Exportations du Québec à destination de l'État de la Géorgie

Principaux produits exportés dans l'État de la Géorgie	Valeur (\$ CA)			Part des exportations (%)*			12/11 (%)**
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	
Total des exportations	46 183 002	44 012 388	36 301 682	46,64	45,23	47,56	-17,52
Cacao et ses préparations	18 680 625	16 060 418	11 665 744	18,87	16,5	15,28	-27,36
Produits de l'érable, miel et sucre	7 901 977	7 915 387	8 025 093	7,98	8,13	10,51	1,39
Viandes et abats de porc	6 372 909	8 816 324	3 418 208	6,44	9,06	4,48	-61,23
Préparations à base de céréales (pains, pâtisseries, gâteaux, biscuits)	2 433 332	1 617 840	2 686 186	2,46	1,66	3,52	66,04
Boissons alcoolisées (vins de raisins frais, moûts de raisins)	439 419	920 732	2 166 737	0,44	0,95	2,84	135,33

Source : Banque de données Global Trade Atlas – produits 4 chiffres SH
 * Répartition des exportations bioalimentaires du Québec vers la Géorgie par produit
 ** Variation de la valeur des exportations entre 2011 et 2012

Atlanta, la capitale de la Géorgie, est la 9^e plus grande ville aux États-Unis. Selon les données disponibles les plus récentes, l'aéroport international Hartsfield-Jackson d'Atlanta est le plus fréquenté du monde avec plus de 92 millions de passagers en 2011¹⁰.

Atlanta est l'un des trois centres de distribution les plus importants des États-Unis avec 40 % de la distribution américaine de produits manufacturés dans un rayon de 800 kilomètres. Atlanta est devenu l'un des plus grands centres logistiques au pays. De nombreuses compagnies classées Fortune 500 ont établi leur siège social à Atlanta : The Home Depot, Coca-Cola, Delta Airlines, UPS, Newell Rubbermaid, AGCO, Southern Company¹¹.



Photo : © Mike Downey

MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL¹²

Le Sud des États-Unis offre un grand potentiel pour les produits alimentaires québécois. Les produits naturels sont de plus en plus populaires et les supermarchés tels que Publix et Kroger réservent dans leurs magasins un espace exclusif pour les produits naturels. De plus, les consommateurs du Sud-Est sont maintenant plus sensibilisés aux produits naturels et haut de gamme.

Les chaînes de magasins gourmet et d'aliments naturels ayant leur siège dans le sud (Whole Foods, Fresh Market, Central Market, etc.) sont à la recherche de produits gourmet, biologiques et exotiques.



Photo : © iStock

Principales chaînes de supermarchés dans la région d'Atlanta

Supermarchés et leurs bannières	Nombre d'établissements dans la région	Part de marché (%)	Ventes totales aux États-Unis (M\$ US)
The Kroger Co. (Kroger; King Soopers; Kwik Shop; Loaf 'N Jug; Quik Stop Markets; Ralphs; Smith's Food & Drug Center; Tom Thumb Food Stores; Turkey Hill Minit Markets; etc.)	151	29,9	86,608*
Publix Super Markets (Publix; Pix; Publix Sabor; Publix GreenWise Market)	159	22,2	23 818*
Ingles (Ingles; Save-More)	54	4,3	3,709
All American Quality Foods Inc. (Food Depot)	25	2,5	340
BI-LO/Winn-Dixie Sores Inc. (Winn-Dixie; BI-LO; Super BI-LO)	481	n.d.	10,324

Sources: Stagnito Media, Marketing Guidebook 2013



Photo : © Publix – 159 magasins dans la région d'Atlanta



Photo : © The Fresh Market – 7 magasins dans la région d'Atlanta

Principales chaînes spécialisées dans la région d'Atlanta¹⁴

Détaillants spécialisés	Nombre d'établissements	Spécificités	Ventes totales aux États-Unis (M\$ US)
Trader Joe's Corp.	6	<ul style="list-style-type: none"> Bonne proportion de produits de marque de distributeur Vaste sélection de produits biologiques et traditionnels 	7 678 (2011)
Whole Foods Market Inc.	8	<ul style="list-style-type: none"> Produits biologiques Produits courants ou traditionnels sans additifs (<i>clean label</i>) 	10 108 (2011)
The Fresh Market Inc.	7	<ul style="list-style-type: none"> Produits biologiques Produits courants ou traditionnels sans additifs (<i>clean label</i>) 	1 108 (2012)

Sources: Virginia Rand-Hill, Attachée commerciale à Atlanta; Stagnito Media, Marketing Guidebook 2013; Chain Store Guide, 2013;

Principales chaînes à grande surface (supercentres, clubs-entrepôts et détaillants) dans la région d'Atlanta

Magasins à grande surface et leurs bannières	Nombre d'établissements dans la région	Part de marché (%)	Ventes totales aux États-Unis en 2012 (M\$ US)
Target Corp. (Target Supercenters)	35	44,7	6 771*
Wal-Mart Stores Inc. (Walmart)	84	24	126 893*
Dollar General Corporation (Dollar General; Dollar General Market)	278	17	14 807,2
Family Dollar Stores Inc. (Family Dollar)	186	10,6	9 331
Big Lots Inc. (Big Lots)	43	6	5 202,3
Sears Holdings Corp.	15	5,1	300,3*

Source: Stagnito Media, Marketing Guidebook 2013

*Ventes alimentaires seulement

Les produits de marque de distributeur¹³

La croissance des ventes de marques de distributeurs continue et les détaillants redoublent leurs efforts et leurs stratégies pour augmenter la pénétration de leur marque, ce qui fait baisser le prix des produits et renforce le nom du magasin. La récession de 2008 a créé un engouement pour les marques de distributeurs qui ne se dément pas.



Photo : © Marc Lajoie, MAPAQ

Tendances de consommation¹²

- ✚ Produits ou aliments destinés aux personnes souffrant d'intolérances alimentaires ou d'allergies, particulièrement au gluten
- ✚ Achat auprès de producteurs de l'étranger - Europe, Amérique du Sud, ou d'autres régions du monde (fruits et légumes, poissons, viandes, etc.)
- ✚ Produits artisanaux



Photo : © Marc Lajoie, MAPAQ

Aliments en forte croissance¹⁶

- ✚ Bières artisanales locales
- ✚ Plats cuisinés
- ✚ Aliments biologiques
- ✚ Fromages artisanaux locaux
- ✚ Mélanges de granolas
- ✚ Produits faibles en calories
- ✚ Poissons et fruits de mer
- ✚ Produits congelés haut de gamme
- ✚ Produits dont l'emballage est facile à ouvrir



Photo : © Alain Vézina, MAPAQ

Principales chaînes de dépanneurs dans la région d'Atlanta

Chaînes de dépanneurs	Nombre d'établissements dans la région d'Atlanta	Ventes totales aux États-Unis en 2012 (M\$ US)*
Quick Trip (QT)	67	10 000,0
Racetrac Petroleum Inc.	10	6 069,7
Circle K	9	934,5
7-Eleven Inc.	8	23 000,0

Sources: Virginia Rand-Hill, Attachée commerciale à Atlanta; Chain Store Guide, Supermarket, Grocery & Convenience Stores database, 2013



Photo : © Circle K

Principales chaînes de pharmacies dans la région d'Atlanta

Chaînes de pharmacies et leurs bannières	Nombre d'établissements dans la région	Part de marché (%)	Ventes totales aux États-Unis (M\$ US)
CVS Caremark Corp. (Careplus CVS/pharmacy; CVS/pharmacy; Longs Drugs)	221	39,1	123 133
Walgreen Company (Walgreens)	140	27	71 633
Rite Aid Corporation (Rite Aid)	214	15,2	26 121,2
Concord Drugs Inc. (Concord Drugs; Carlton Pharmacy)	6	0,2	7,8
Moye's Pharmacy (Moye's Pharmacy)	6	0,2	4,9

Source: Stagnito Media, Marketing Guidebook 2013

Principaux distributeurs du commerce de détail dans la région d'Atlanta

Distributeurs	Points de vente desservis aux États-Unis	Ventes totales aux États-Unis en 2012 (M\$ US)
Gourmet Foods International (principal fournisseur de produits fins aux États-Unis) ¹⁶	1 000	38,2*
AJC International	1 800	900*
Diaz Foods	1 800	85*
Market Grocery Co.	1 000	47,2*
Sutherland's Foodservice/Rich & Morgan Inc.	3 500	4,7*

Source : Chain Store Guide, Foodservice Distributors/Wholesale Grocers Database, 2013

* Ventes dans les supermarchés seulement



Photo : © Olivier Malenfant, MAPAQ

MARCHÉ DES SERVICES ALIMENTAIRES

Principaux distributeurs de services alimentaires dans la région d'Atlanta

Distributeurs	Points de vente desservis aux États-Unis	Ventes totales aux États-Unis en 2012 (M\$ US)
Unisource Worldwide Inc.	30 000	1 428 *
SYSCO Food Services Inc.	180 bureaux	37 000*
AJC International	1 800	100*
Sutherland's Foodservice/Rich & Morgan Inc.	3 500	89,9*
Diaz Foods	1 800	56,6*
Inland Seafood**	4 500	43 *
Momar Inc.	2 000	30,2*

Source: Chain Store Guide, Foodservice Distributors/Wholesale Grocers, 2013

* Ventes dans les services alimentaires seulement

** Distributeur le plus important dans le secteur des fruits de mer aux États-Unis

Principales chaînes de restaurants dans la région d'Atlanta



Photo : © Golden Corral – 14 restaurants dans la région d'Atlanta

Chaînes de restaurants	Points de vente aux États-Unis	Ventes totales aux États-Unis en 2012 (M\$ US)
Golden Corral	485	1 556
Arby's Restaurant Group (Arby's)	3 480	1 000
Chick-fil-A Inc. (Chick-fil-A; Chick-fil-A Dwarf House; Truett's Grill)	1 691	460
HOA Restaurant Group LLC (Hooters)	428	302,1
Church's Chicken (Church's Chicken)	1 700	255,8
InterContinental Hotels Group (The Americas) (Candlewood Suites; Crowne Plaza Hotel and Resort; Holiday Inn Express; Holiday Inn Hotels and Resorts; Hotel Indigo; InterContinental Hotel; Staybridge)	201	251,1

Source: Chain Restaurant Operators Database, Chain Store Guide, 2013

Tendances¹⁶

- ✚ Achat de produits locaux, hyperlocaux ou directement de la ferme
- ✚ Attention portée aux valeurs nutritives des ingrédients
- ✚ Produits fins
- ✚ Certifications variées (cashier, biologique, équitable, etc.)
- ✚ Production alimentaire plus humaine ou respectueuse du bien-être animal
- ✚ Aliments sans ingrédients allergènes (gluten, arachides, etc.)
- ✚ Produits et ingrédients ethniques et authentiques



Photo : © Marc Lajoie, MAPAQ

Tendances selon les chefs¹⁷

- ✚ Produits fins
- ✚ Influence asiatique
- ✚ Cuisine multiethnique et fusion
- ✚ Restaurant *Pop-up* (formule événementielle festive et ludique)
- ✚ Restauration dite « souterraine », soit des tables « clandestines » entourées d'une aura de mystère : manger caché, c'est avant tout être branché !
- ✚ Cuisine exotique et authentique – du Pérou, de l'Inde et de la Corée
- ✚ Bars à vins
- ✚ Cocktails innovateurs
- ✚ Produits recherchés localement et obtenus par la chasse, la pêche et la culture de produits végétaux



Photo : © Éric Labonté, MAPAQ

PROPOSITION DE MISSION EXPLORATOIRE INDIVIDUELLE DANS LA RÉGION D'ATLANTA

Avant de réaliser des activités d'exportation, il est important de mesurer la valeur du marché et d'en établir le potentiel. Voici les principales étapes à suivre :

1. Connaître les réseaux de distribution et leur position sur les marchés visés;
2. Identifier les entreprises concurrentes;
3. Évaluer la valeur compétitive de vos produits.

Pour faciliter votre tâche, l'attaché agroalimentaire du Québec en poste à Atlanta vous propose un « programme express » qui permet de recueillir en deux jours une multitude de renseignements d'intérêt pour l'entreprise souhaitant développer le marché du détail.

Voici les détaillants que nous vous suggérons de visiter¹⁸

JOUR 1- Arrivée à Atlanta

A. Publix Supermarkets

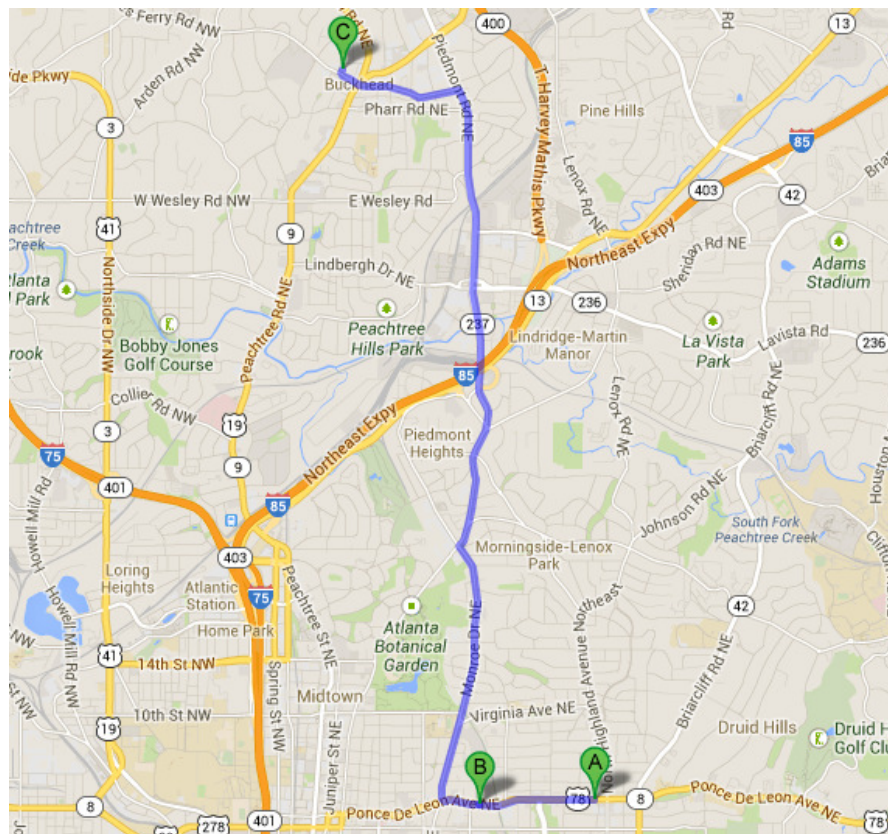
Grande chaîne de supermarchés
1011 Ponce de Leon Blvd, NE, Atlanta, GA 30306
Tél. : 404 892-9229
www.publix.com

B. Whole Foods Market

Détaillant de produits naturels
650 Ponce de Leon Avenue, NE, Atlanta, GA 30308
Tél. : 404 853-1681
Heures d'ouverture : de 8 h à 22 h
www.wholefoodsmarket.com

C. The Fresh Market

Détaillant de produits biologiques et sans additifs
(*clean label*)
77 West Paces Ferry Rd. NW, Atlanta, GA 30305
Tél. : 404 350-3211
Heures d'ouverture : de 9 h à 21 h du lundi au samedi; de 10 h à 20 h le dimanche
<http://www.thefreshmarket.com/>



A. Trader Joes

Chaîne nationale de produits naturels et gourmet
(80 % des produits sont de marque de distributeur)
931 Monroe Dr. NE, B114, Atlanta, GA 30308
Heures d'ouverture : de 8 h à 22 h
Tél. : 404 815-9210
www.traderjoes.com

C. Ingles

Chaîne de supermarchés
4815 Rockbridge Rd., Stone Mountain, GA 30083
Heures d'ouverture : de 7 h à 22 h
Tél. : 404 299-0698
www.ingles-markets.com/

B. Kroger

Grande chaîne de supermarchés (concurrent principal de Publix à Atlanta)
1700 Monroe Drive NE, Atlanta, GA 30324
Heures d'ouverture : ouvert 24 heures
Tél. : 404 872-0782
www.kroger.com

D. Wal-Mart Superstores

Chaîne à grande surface
1801 Howell Mill Rd. Atlanta, GA 30318
Heures d'ouverture : de 7 h à 22 h 30
Tél. : 404 352-5252
www.walmartstores.com

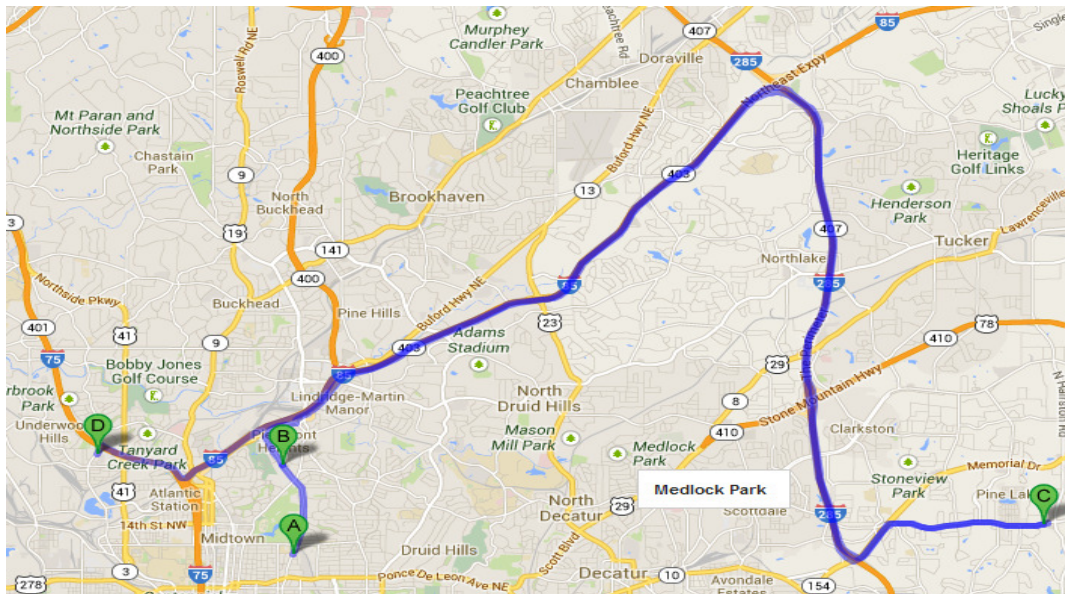


Photo : © Alain Vézina, MAPAQ

Principaux salons alimentaires professionnels¹⁹

- **Avril 2014 – Marine Hotel Association Conference and Trade Show** – Orlando (FL)
(www.mhawebsite.org/conference/)
- **Octobre 2014– Americas Food and Beverage Show & Conference** – Miami (FL)
(www.americasfoodandbeverage.com et www.worldtrade.org)
- **Avril 2015 – Wine & Spirits Wholesalers of America Annual Convention & Exposition** – Orlando (FL)
(www.wswa.org et www.wswaconvention.org)
- **Juin 2015 – International Dairy-Deli-Bakery Association (IDDBA) Show** – Atlanta (GA)
(www.iddba.org)
- **Juillet 2015– American Culinary Federation (ACF) National Convention** – Orlando (FL)
(www.acfchefs.org)



Photo: © Virginia Rand-Hill - Salon de l'International Dairy Deli Bakery Association (IDDBA) à Orlando, Juin 2013

Sources et liens utiles

- **Chain Store Guide Databases**
(www.chainstoreguide.com)
- **Marketing Guidebook**
(www.marketingguidebook.com)
- **US Census Bureau**
(<http://factfinder2.census.gov/faces/nav/jsf/pages/index.xhtml>)

RÉFÉRENCES

- 1, 2, 3, 4 - United States Census Bureau, *United States Census 2010*, 2011.
- 5, 6 - Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce, *GDP by Metropolitan Area, Advance 2011, and Revised 2001–2010*, 2013.
- 7 - Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor, *Unemployment Rates for Large Metropolitan Areas, Monthly Rankings, Not Seasonally Adjusted, mar 2013P*, 2013.
- 8 - Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor, *CPI Detailed Report, September 2012*, 2012.
- 9- Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor, *Consumer expenditure survey, Metropolitan Statistical Area (MSA) Tables - 2010-11 MSA Tables*. 2012.
- 10 - Airports Council International (ACI). *Annual Traffic Data* (la compilation pour l'année 2012 n'est pas disponible).
- 11 - Trulia Trends, *Eating Towns, Drinking Towns*. 2012.
- 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 - Virginia Rand-Hill, attachée commerciale pour le Québec à Atlanta.

L'équipe des marchés extérieurs

L'équipe des marchés extérieurs du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation vous aide à développer des marchés à l'extérieur du Québec.

Voici les services qu'elle met à votre disposition :

- Accompagnement personnalisé;
 - Organisation de missions de prospection pour les nouveaux exportateurs;
 - Diffusion d'information commerciale et stratégique;
 - Veille stratégique sur les tendances et les nouveaux marchés;
 - Présentation de l'offre québécoise de produits ou de services à des acheteurs internationaux;
 - Accueil d'acheteurs étrangers.
-

Votre équipe pour le Sud des États-Unis

Luc Dupont, conseiller en affaires internationales

Direction du développement des marchés extérieurs
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de
l'Alimentation
Tél. : 514 873-4147, poste 5237
luc.dupont@mapaq.gouv.qc.ca

Virginia Rand-Hill, attachée commerciale

Délégation du Québec à Atlanta
Ministère des Relations internationales, de la
Francophonie et du Commerce extérieur
Tél. : 404 584-2995, poste 59913
virginia.rand-hill@mri.gouv.qc.ca

Cette publication a été réalisée par la Direction du développement des marchés extérieurs et par la Délégation du Québec à Atlanta.

Pour de plus amples renseignements sur ce portrait ou pour toute autre question sur les sujets abordés dans le document, veuillez joindre l'une des personnes suivantes:

Suzanne Tremblay, conseillère en information et veille stratégique

Direction du développement des marchés extérieurs
Tél. : 514 873-4147, poste 5224
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de
l'Alimentation
suzanne.tremblay@mapaq.gouv.qc.ca

Virginia Rand-Hill, attachée commerciale

Délégation du Québec à Atlanta
Ministère des Relations internationales, de la
Francophonie et du Commerce extérieur
Tél. : 404 584-2995, poste 59913
virginia.rand-hill@mri.gouv.qc.ca

D'autres publications **Regard sur le marché** sont disponibles dans le portail « **Transformation et distribution alimentaires** » du site Internet du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation :
www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Transformation/marcheshorsQuebec/Pages/marcheshorsQuebec.aspx.

Montréal, Québec, 2014

