

IV. Tendances actuelles aux États-Unis dans le domaine de la vente au détail et du marché des produits alimentaires

Le secteur agro-alimentaire au Canada et aux États-Unis passe actuellement par une période de restructuration et de consolidation. Au fur et à mesure que le nombre des entreprises dans les secteurs secondaires diminue, la concurrence sur le marché devient de plus en plus ardue. Cependant, cette situation peut permettre aux petits manufacturiers de trouver des niches dans le marché qui ne présentent aucun intérêt pour les grandes entreprises. La concentration croissante des entreprises de transformation a modifié les réseaux de la vente au détail et de la distribution car ce phénomène crée une force qui affecte autant la structure des prix que le pouvoir d'achat.

Le secteur alimentaire et de la boisson se place au deuxième rang des grandes entreprises américaines. La valeur totale du fret dans ce secteur en 1991 s'élève à 361 milliards de dollars. D'après les estimations, ce chiffre devrait à peine augmenter de 1,4 p.100 en 1992, en fonction de la valeur constante du dollar.

Les importations américaines de produits alimentaires se groupent, de façon précise, en divers secteurs secondaires. En 1990, ces secteurs secondaires comprenaient surtout les aliments de valeur ajoutée comme par exemple les plats prêts-à-servir, le pain et les pâtisseries, les spiritueux, les fruits et les légumes destinés aux épiceries fines.

Actuellement, le marché américain des produits alimentaires traités et des boissons s'agrandit et se transforme. La population des États-Unis demeure stable mais le pourcentage des consommateurs âgés de 35 à 54 ans augmente de 3 p.100 par an. Ces consommateurs sont arrivés au faite de l'échelle salariale et par conséquent ils disposent d'un plus grand revenu. Ils sont plus audacieux que d'autres et ils essayent les nouveaux produits mis sur le marché, achètent les marchandises plus onéreuses ainsi que les produits de valeur

ajoutée. Comme le nombre des familles qui reçoivent deux salaires augmente, les produits prêts-à-servir sont très demandés car le temps dédié à la préparation des repas est très limité.

Les américains mangent plus de produits ethniques. Le sondage récent de l'Association nationale des restaurateurs américains montre que le nombre des plats prêts-à-servir d'origine ethnique a augmenté de presque 50 p.100 durant les cinq dernières années. Les aliments ethniques représentent 30 p.100 des plats prêts-à-servir mentionnés sur la liste de l'enquête. Les groupes hispaniques et asiatiques qui vont grandissant sont devenus un marché considérable pour les entrepreneurs qui produisent et transportent les produits alimentaires.

Les données du ministère du Travail des États-Unis sur les dépenses des consommateurs montrent que le montant pour les denrées alimentaires a augmenté légèrement sur la moyenne en 1990, en comparaison de 11 p.100 de 1988 à 1989.

Entre 1990 et 1991, les dépenses ménagères pour l'alimentation se sont maintenues à 8,6 p.100 du revenu disponible, tout comme les dépenses pour manger au dehors sont restées à 4 p.100. Ces données sont à l'inverse de celles des années 80 où les gens avaient tendance à dépenser davantage au restaurant que pour les repas qu'ils prenaient en famille.

Entre 1990 et 1991, le fret des céréales et des produits de la boulangerie-pâtisserie ont diminué de près de 1 p.100; la viande, la volaille, le poisson et les oeufs ont augmenté de 2,6 p.100; les produits laitiers ont diminué de 1 p.100 et la vente des fruits et des légumes a augmenté de près de 3 p.100.

Au cours des dernières années, les dépenses allouées à la nourriture se sont maintenues à environ 15 p.100 du budget total de la famille.

Le consommateur américain d'aujourd'hui recherche les produits qui sont salutaires et commodes. L'accent que l'on a mis, durant les années 80, sur l'alimentation de basses calories modifiera sans doute la nutrition durant les