

Comment accéder au marché américain

Identification des segments du
Marché, adaptation du produit
et détermination du prix

Le 20 février 2004
Rabia El Alama
AmCham Morocco Program
Manager

Plan

- Aperçu du marché américain
- Segmentation du marché
- Aperçu du consommateur américain
- Quel produit vendre au consommateur américain?
- Cas d'étude : tapis marocain

Aperçu du marché américain

- Diversité géographique, climatique et biologique
- Diversité ethnique
- Diversité culturelle
- 300 millions d'habitants

Quelle segmentation pour le marché américain?

- Segmentation régionale
et
- Segmentation en groupes démographiques

Les cinq segments géographiques

1. le couloir Est ayant pour centre New York, Boston, Washington et Philadelphie.
2. le Sud-Est: Miami, la Nouvelle Orléans
3. le Centre-Ouest : Chicago, Detroit, Cleveland
4. l'état du Texas: Houston et Dallas
5. l'Ouest en général, et la Californie en particulier : Los Angeles et San Francisco

Quelques ventilations démographiques

- 10 millions asiatiques
- 37 millions africains américains
- 40 millions hispaniques
- 200 millions blancs

Répartition confessionnelle

Protestants	49,1%
Catholiques	29,6%
Autres chrétiens	8,4%
Juifs	2,7%
Musulmans	1,9%
Autres	8,3%

Répartition selon l'âge

- 25% de la population est entre 0 à 14 ans
- 17% de la population est entre 15 et 24 ans
- 45% de la population est entre 24 et 64 ans
- 13% de la population a plus de 64 ans.

Aperçu du consommateur américain

- Vieillissant
- Eduqué
- Sophistiqué
- Informé
- Aime être sécurisé
- Pas très fidèle
- Mobile
- Protégé
- Sensible au prix

Quel produit vendre au consommateur américain?

- Niche
- Multifonctionnel
- Meilleur rapport qualité-prix
- Garantie et service après-vente
- Innovant
- Emballage attrayant
- Adapté aux normes et standards

Quel produit vendre?

- Produits pour personnes âgées (55 ans et plus)
- Produits d'attrait
- Produits respectant l'environnement
- Produits pour groupes ethniques
- Produits éducatifs pour enfants de 0-14 ans

Quel produit vendre?

- Produits s'adressant aux femmes âgées de 45 ans et plus (\$20 milliards)
- Produits destinés aux enfants entre 0-14ans (\$166 milliards)

Cas d'étude : tapis marocain

- ✓ Positionnement du produit
- ✓ La qualité et la finesse du travail
- ✓ Les couleurs et la tendance du marché
- ✓ La technique de teinture
- ✓ La technique du lavage
- ✓ Les dimensions
- ✓ Le prix
- ✓ Coopération exportateur - distributeur américain

Conclusions

- Le marché américain effraie par sa taille et son éloignement mais il faut le segmenter et le considérer comme plusieurs marchés au sein d'un même marché.
- *Un marché saturé qui suppose une démarche de niches définie à partir de la demande du consommateur "consumer driven marketing"*

Conclusions

- Un marché exigeant mais non fermé aux produits *novateurs*, adaptés aux normes et standards du marché et offrant le meilleur rapport qualité prix.