



# Webinaire Etats-Unis pour la Fédération Française de la Coutellerie



**Auvergne  
Rhône-Alpes**  
Entreprises

# DONNÉES ÉCONOMIQUES

## ▶ CARTE D'IDENTITÉ ETATS-UNIS



<b>Population :</b> 330 M hab.	<b>Population urbaine :</b> 83%
<b>Régime politique :</b> République constitutionnelle à régime présidentiel et fédéral	
<b>1<sup>ère</sup> économie mondiale</b> avec 50 Etats dont 7 représentent près de 50% du PIB	
Californie (14,7%) Texas (8,5%) New York (8%) Floride (5,2%) Illinois (4,1%)	

## ▶ RELATIONS BILATÉRALES

**Exportations françaises :** 32,3 Mds EUR (-23,2% vs 2019)

**Excédent commercial de la France :** 1,2 Md EUR

**Etats-Unis :** 2<sup>ème</sup> pays client et 6<sup>ème</sup> pays fournisseur de la France

**Implantations :** <5 000 filiales françaises (700 000 emplois CA ± 270 Mds USD) aux Etats-Unis vs 4 500 entreprises américaines en France (420 000 emplois)



## INDICATEURS ÉCONOMIQUES (2020)

	ETATS-UNIS	FRANCE
PIB (en Mds USD courants)	20 936 600 Mds USD	2 600 Mds USD
Solde public en % du PIB	-20%	-9,2%
Dette publique en % du PIB	128,7%	115,3%
PIB par habitant (en PPA)	63 420 USD	46 061 USD
Taux de croissance	-3,5% (+6,5% en 2021)	-8,2% (+5,5% en 2021)
Taux d'inflation	1,2%	0,5%
Taux de chômage	8,1%	8,0%

Sources : Banque Mondiale, OCDE, FMI, Service économique, Census, BEA

## Principaux pôles économiques



## ▶ CLEFS D'ENTRÉE

### S'INFORMER ET S'ADAPTER

- Identifier sa niche de marché (# vs concurrence)
- Valider sa proposition de valeur vs attentes/besoins des utilisateurs/clients
- Suivre les us et coutumes de la pratique des affaires (interculturalité)

### SE PROJETER DANS LA DUREE

- S'appuyer sur des partenaires locaux et envisager une présence physique

### SE PROTEGER

- Risques juridiques, propriété intellectuelle, réglementation

# LE MARCHÉ AMERICAIN, 1<sup>ER</sup> MARCHÉ MONDIAL

## Une forte croissance des arts de la table et des ventes de couteaux / couverts

Le marché des arts de la table (assiettes, couverts et verres) et articles de cuisine (casseroles, poêles, plats à mettre au four et ustensiles) représente un chiffre d'affaires selon Euromonitor de **17,5 Mds USD en 2021, en hausse de 20% par rapport 2019 et de 30% sur la période 2016-2021.**

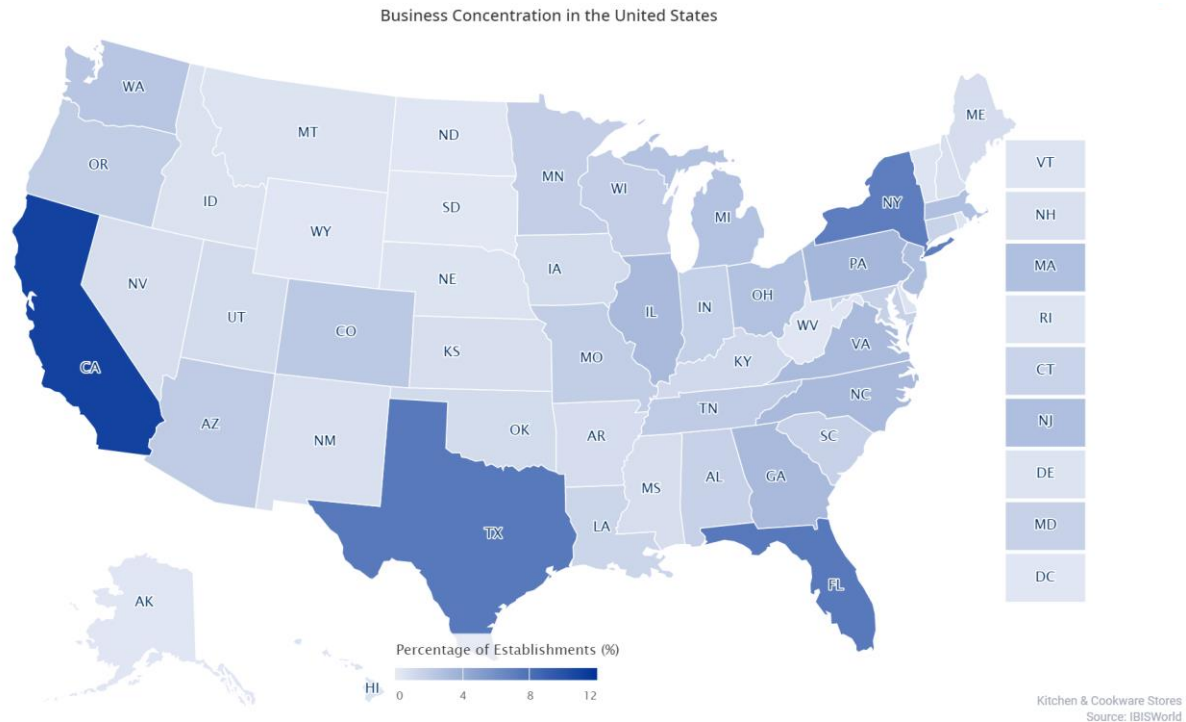
**En ce qui concerne le segment de la coutellerie (autour de 10% du marché), le marché se situait à 1,1 Md USD en 2020, soit en hausse de 8,5% vs 2019 et une croissance de près de 3% de 2015 à 2020. Le marché du food service très impacté par la pandémie ne représentait plus que 5% du marché.**

## Facteurs de croissance

- La pandémie qui s'est traduite par un télétravail massif et l'investissement des ménages dans leur quotidien
- Des tendances pré-pandémiques qui ont favorisé également l'essor des ventes comme manger plus sain
- Le rapide développement du e-commerce dont le poids a été multiplié x 2 en 5 ans

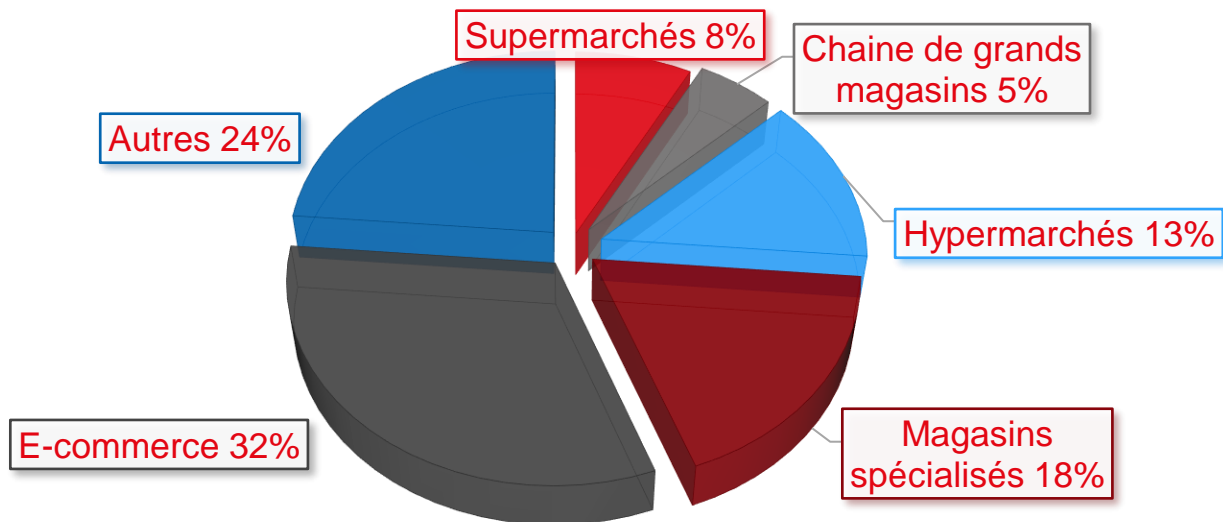
# LE MARCHÉ AMERICAIN, 1<sup>ER</sup> MARCHÉ MONDIAL

Une forte concentration des points de vente la où la densité de population est la plus forte



## Répartition des ventes d'articles de cuisine par circuit de distribution

Euromonitor 2020



# CANAUX DE DISTRIBUTION

## Grands magasins

*Saks Fifth Avenue*

bloomingdale's

Dillard's  
The Style of Your Life.

BERGDORF GOODMAN

*Neiman Marcus*

★ macy's ★

## Magasins spécialisés

WILLIAMS SONOMA  
CALIFORNIA

*Sur la table*  
THE ART & SOUL OF COOKING

BED BATH &  
BEYOND

## Détaillants



GUMP'S  
SAN FRANCISCO

## E-commerce

amazon

wayfair.ca

PERIGOLD

F A I R E

FOOD52

ZOLA

## Magasins d'entrepot

COSTCO  
WHOLESALE

sam's club

## Showroom/agents



## Distributeurs

LAGUIOLE  
—IMPORTS—

EST. 1996  
KISS THAT FROG  
BERKELEY, CA

### **Williams-Sonoma Inc.** **Market Share: 6,1%**

Founded in 1956 and headquartered in San Francisco, the company has expanded to include five retail store brands, eight direct mail catalogs and seven e-commerce websites that sell a wide selection of culinary equipment, furniture and home furnishings.

Overall, the company reported total revenue of \$6.8 billion in fiscal 2020 (year-end January; latest data available). The company's Williams-Sonoma retail stores are the only operations relevant to the Kitchen and Cookware Stores industry. The company's catalog business, e-commerce websites and other retail stores, such as Pottery Barn and West Elm, are not included in this industry.

Williams-Sonoma currently operates 538 retail stores throughout 42 states, Canada, Australia and the United Kingdom.

# LES TENDANCES DU MARCHÉ

E-commerce



Montée en puissance des ventes en ligne

Milléniaux et réseaux sociaux



Importance des consommateurs milléniaux  
Les réseaux sociaux comme plateforme de découverte, de communication et d'achat

Ecologique



Produits fabriqués avec des matières recyclées

Emissions télé réalité



Emissions de télé-réalité culinaire (Master Chef, Hell's Kitchen, Iron Chef, Chopped, etc...), les américains sont davantage influencés à cuisiner et donc amener à contribuer à une hausse de vente de couteaux.



## Principales caractéristiques

- Un marché concurrentiel, 30% des importations mondiales
- La concurrence internationale est essentiellement asiatique (Japon, Vietnam, Taiwan) sur un positionnement bas à moyen de gamme ; et européenne, notamment allemande, sur un positionnement moyen à haut de gamme. La France se positionne bien dans les principaux fournisseurs selon Trademap avec une part de marché de 2,52%.
- Une forte sensibilité des consommateurs aux questions de « sustainability ».
- Le « Made in France », l'appellation « Laguiole », les belles histoires d'entreprises familiales sont des éléments qui parlent aux consommateurs américains, qui se tournent vers des produits plus « culturels » véritables symboles de leur style et leur style de vie.

# MARQUES PRESENTES AUX ETATS-UNIS

## MARQUES FRANCAISES

Jean Dubost®  
Coutelier Professionnel 1920 - France



Laguiolle®  
LAGUIOLE.COM®



Alain Saint-Joanis®

CAPDECO  
made in France



CHRISTOFLE  
PARIS

CRISTEL®  
FRANCE



## AUTRES MARQUES

WÜSTHOF



KRAMER®  
KNIVES

GLOBAL®

FF HAMPTON  
FORGE®

ONEIDA



旬  
SHUN

霞 KASUMI®





3 sessions par an

San Francisco :

➤ 28 au 29 avril 2022

New York :

➤ 14 au 17 août 2022

➤ février 2023



1 session par an

Chicago :

➤ 4 au 7 mars 2023

## The New York Tabletop Show

2 sessions par an

New York :

➤ 18 au 21 octobre 2022

➤ 8 au 11 avril 2023

➤ 10 au 13 octobre 2023



Chaînes de grands magasins



E-commerce



Showroom



Agents commerciaux



Magasins spécialisés

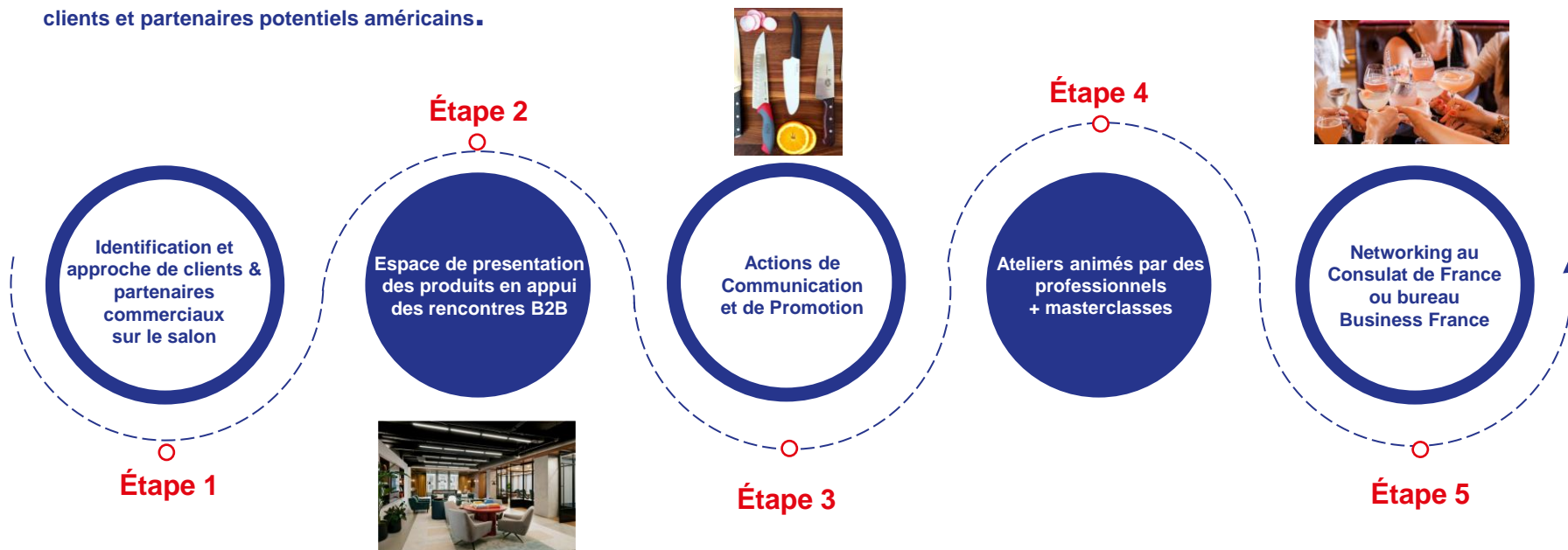


Importateurs/distributeur

# UNE MISSION EN 5 ETAPES

1 2 3 4 5

objectifs : mieux comprendre et appréhender le marché et mettre en valeur le savoir-faire des couteliers au cours de rencontres d'affaires avec des clients et partenaires potentiels américains.



# UNE ÉQUIPE PROJET À VOTRE ÉCOUTE

Une équipe projet **Ad hoc**, en charge de votre demande, constituée d'un Pilote, référent client, responsable de l'organisation et de nos engagements (planning, conformité des livrables...) et d'experts sectoriels et/ou géographiques, présents **sur le terrain** pour réaliser votre prestation.

## • Amérique du Nord – Pilote locale du projet

### Patricia CHUNG

Chargée d'Affaires Export Art de Vivre  
Toronto, Canada  
[patricia.chung@businessfrance.fr](mailto:patricia.chung@businessfrance.fr)

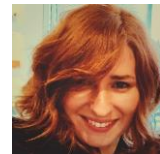


Patricia dispose de plus de 30 années d'expérience à l'export au service des entreprises françaises de l'Art de Vivre, au Canada. Ses principaux champs de compétences sont le développement commercial et la rédaction des offres à l'export. Patricia a rejoint Business France en 1989. Elle a piloté des centaines de missions pour les entreprises, aussi bien en termes d'analyse de marché que de création de courants d'affaires.

## • Amérique du Nord - Supervision locale

### Marine FRANCOIS

Chef de pôle Art de Vivre  
New York, Etats-Unis  
[marine.francois@businessfrance.fr](mailto:marine.francois@businessfrance.fr)



Forte d'une expérience de 13 ans dans l'accompagnement à l'international dont 12 ans aux Etats-Unis, Marine a accompagné plus de 500 entreprises principalement du secteur de l'art de vivre et des biens de consommation dans leurs projets de développement en Amérique du Nord. Elle a rejoint l'équipe Business France en tant que Chef de Pôle Art de Vivre en novembre 2017 et dirige une équipe de 10 personnes. Marine est franco-américaine, diplômée de Sciences Po Strasbourg et d'un master franco-américain d'affaires internationales.

## • Amérique du Nord - Communication

### Geoffroy THAUMIN

Responsable de la cellule Communication & Marketing  
Toronto, Canada  
[geoffroy.thaumin@businessfrance.fr](mailto:geoffroy.thaumin@businessfrance.fr)



Avec 12 années d'expérience au service d'entreprises des biens de consommation et de l'agroalimentaire, Geoffroy se concentre sur les stratégies de communication et le conseil. En 10 ans à Business France, il a offert ses services à plus d'une centaine d'entreprises individuellement, et fait la promotion de plus de 200 opérations collectives.

## • Etats-Unis - Opérationnel approche marché américain

Fabien Auger  
Chargé de développement  
Los Angeles, Etats-Unis  
Tél. : +1 917 635 7187  
[fabien.auger@businessfrance.fr](mailto:fabien.auger@businessfrance.fr)



Passionné de design et d'innovation, Fabien est le correspondant du secteur Décoration - Design basé à Los Angeles. Après avoir passé une décennie à New York, dont 4 ans en tant que responsable marketing pour la porcelaine de luxe à BERNARDAUD et 3 ans en tant que restaurateur de salons de vin, Fabien apporte son expérience aux marques émergentes et traditionnelles. Il est spécialisé dans les partenariats stratégiques et les activations de marques dans le domaine des biens de consommation et a un appétit croissant pour les industries du sport et de la technologie.

# LES CONTACTS PRIVILÉGIÉS DE BUSINESS FRANCE

*Saks Fifth Avenue*

WILLIAMS SONOMA  
CALIFORNIA



41 MADISON

*Sur la table*  
THE ART & SOUL OF COOKING



BERGDORF GOODMAN

de Buyer   
DEPUIS 1830

FOOD52

CHRISTOFLE  
PARIS

 REVOL

PERIGOLD  
An undiscovered world of luxury design.

GARNIER-THIEBAUT  
USA

FAIRE

  
PAR EXCELLENCE  
NEW YORK - PARIS



# SUCCESS STORIES ET ACCOMPAGNEMENTS DANS LA FILIERE



« Durant 4 semaines, une dizaine de rendez-vous en visio-conférence ont été réalisés avec des distributeurs intéressés par nos produits. À la suite de ces échanges et l'expédition d'échantillons, les premières commandes test nous sont parvenues.

A ce jour, nous avons débuté un courant d'affaires avec 4 distributeurs (...)

L'objectif est, aujourd'hui, de pérenniser ces relations et ce courant d'affaires. »

Nathalie Dauphant – Responsable Commerciale

« En période COVID, il n'est pas simple de prospector l'Amérique du Nord. C'est donc sur les recommandations de mon conseiller Export (CCI La Roche Sur Yon) que je suis entré en contact avec Business France New York et Toronto. Plusieurs échanges en visio et emails leur a permis de bien identifier nos attentes et de dresser un plan de prospection. Ce travail a débouché sur une présélection d'une 40aine de prospects potentiels, puis sur l'organisation d'une 12aine de « finalistes » rencontrés également en visio. En moins de 4 mois, nous avons un vrai début d'approche commerciale sur le continent Nord-Américain qui sans leurs interventions aurai été bien plus compliqué et surement plus hasardeux. Un grand merci. »

Philippe Jolly, Président

## Nos Références

- ✓ Des contacts privilégiés auprès d'acteurs et acheteurs clés du secteur
- ✓ Success Stories d'accompagnements dans la filière en Amérique du Nord







# Merci

FÉDÉRATION  
FRANÇAISE  
DE LA  
COUTELLERIE

TEAM  
FRANCE  
— EXPORT —

  
BUSINESSFRANCE



Auvergne  
Rhône-Alpes  
Entreprises