

REGARD SUR LE MARCHÉ

New York Mid-Atlantique



Photo : © Vue de la ville de New York, Battery Park Conservancy

Avant d'entamer une démarche en vue de mener des activités commerciales sur un nouveau marché, il est important de mesurer sa valeur et d'en établir le potentiel. Pour ce faire, certains éléments sont à considérer :

- Identifier les acteurs clés et bien distinguer leur rôle (distributeurs, courtiers, etc.).
- Comprendre le fonctionnement (avantages et inconvénients) de ces intermédiaires et de leurs pratiques commerciales.
- Connaître les principaux détaillants, les chaînes de restaurants et les distributeurs de la région visée.
- Repérer les entreprises concurrentes et comparer leurs produits (format, prix, emballage, étiquettes, emplacement tablette, valeurs nutritives, etc.).
- Évaluer la valeur compétitive de ses propres produits.

Ce document vous permettra de survoler certains de ces éléments.

Pourquoi exporter dans la région de New York?

L'attrait de New York, une des grandes métropoles du monde et la troisième ville la plus cosmopolite du pays, est indéniable. C'est un marché important en raison de la densité et du pouvoir d'achat de sa population, qui est éduquée, de composition ethnique variée, culturellement ouverte sur le monde et toujours à l'affût de nouvelles tendances. Le quartier de Brooklyn est d'ailleurs devenu un lieu fertile d'exploration culinaire d'où ont émergé ces dernières années plusieurs produits et tendances d'intérêt. Ce marché dynamique, convoité par toute la planète, fait par conséquent l'objet d'une concurrence très forte. Le coût exorbitant des espaces commerciaux, combiné à une pénurie de main-d'œuvre, oblige les détaillants à faire des choix judicieux dans la sélection des produits qui figureront sur leurs étalages limités. Malgré ces défis, la proximité du marché procure un avantage aux transformateurs québécois, notamment pour la livraison par voie terrestre. Disposant d'importantes installations portuaires, la région constitue également une importante plaque tournante de réception et de redistribution de produits alimentaires à travers le reste du pays. Les produits du Québec (et du Canada) jouissent d'une notoriété positive chez les consommateurs, pour leur qualité supérieure et leur originalité, mais également parce qu'ils sont fabriqués selon des standards élevés de salubrité alimentaire similaires à ceux des États-Unis.

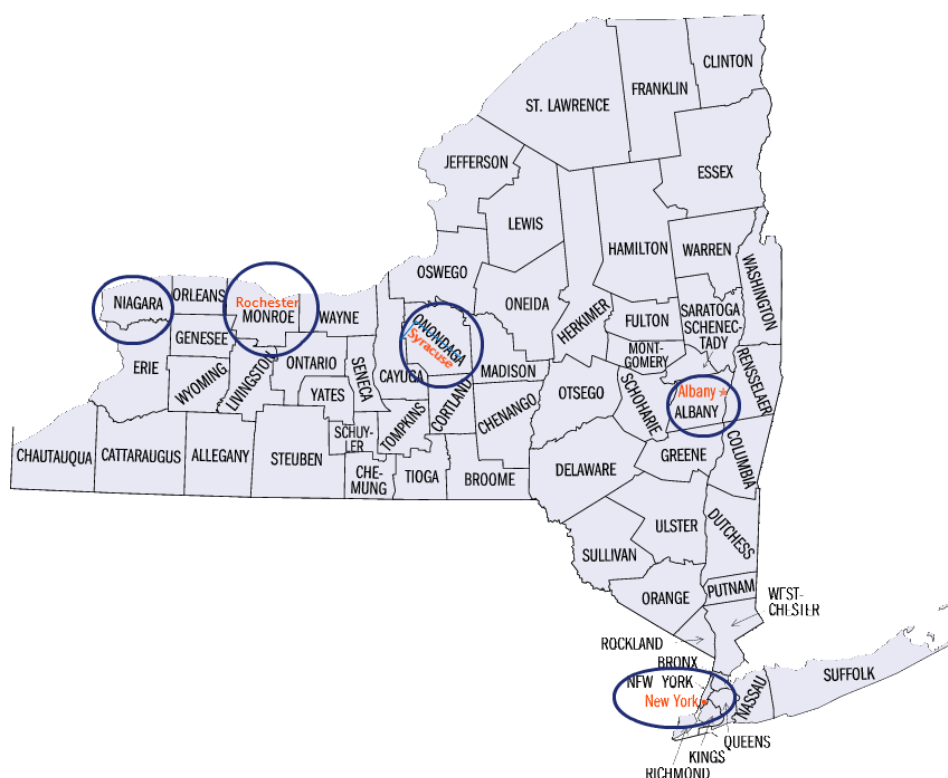
Données démographiques et économiques de la région métropolitaine de New York

- Population : 20 320 876 habitants (2017)¹
- Composition ethnique : Blancs (64,3 %), Afro-Américains (15,6 %), Asiatiques (8,1 %) et Hispaniques (toutes origines confondues : 18,6 %)²
- Revenu annuel moyen par ménage : 95 711 \$ US (2017)³
- Taille moyenne des ménages : 2,71 personnes (2017)⁴
- Produit intérieur brut – PIB : 1 657 457 M\$ US (2016) – 1^{er} rang aux États-Unis⁵
- Taux de croissance du PIB : 0,9 % de 2015 à 2016⁶
- Taux de chômage : 4,0 % (avril 2018)⁷
- Dépenses alimentaires annuelles moyennes par ménage : 6 796 \$ US⁸

Par ordre d'importance, les cinq grandes zones métropolitaines de l'État de New York en termes de population (2017)* :

New York – Newark – New Jersey City	20 320 876
Pour la ville de New York, NY	8 622 698
Buffalo – Cheektowaga – Niagara Falls	1 136 856
Pour la ville de Buffalo, NY	258 612
Rochester	1 077 948
Pour la ville de Rochester, NY	208 046
Albany - Schenectady – Troy	886 188
Pour la ville d'Albany, NY	98 550
Syracuse	654 841
Pour la ville de Syracuse, NY	143 396

* Source : American Factfinder Database, United States Census, 2018



Exportations du Québec à destination de l'État de New York

Principaux produits exportés	Valeur (M\$ CA)		
	2016	2017	2018
Total des exportations	779,0	727,0	712,5
Viandes et abats comestibles (porc et volaille)	238,3	227,2	206,2
Cacao et ses préparations	181,1	113,0	138,4
Légumes	77,1	80,0	88,2
Aliments pour animaux (tourteaux)	29,0	32,4	36,0
Préparations alimentaires diverses	30,7	27,2	33,4

Source : Banque de données Global Trade Tracker – Compilation MAPAQ

MARCHÉ DU COMMERCE DE DÉTAIL

Détaillants alimentaires dans la région de New York

Détaillants et leurs chaînes	Nombre d'établissements dans la région de New York	Caractéristiques
Citarella (Citarella) https://www.citarella.com	6	<ul style="list-style-type: none"> • 7 aux États-Unis • Siège social à New York, NY • Ventes en 2017: 108,4 M\$ CA
Fairway Group Holding Corp. (Fairway Market) http://www.fairwaymarket.com/	15	<ul style="list-style-type: none"> • 15 aux États-Unis • Siège social à New York, NY • Ventes en 2017 : 1,05 G\$ CA
Gourmet Garage (Gourmet Garage) https://www.gourmetgarage.com	5	<ul style="list-style-type: none"> • 5 aux États-Unis • Siège social à New York, NY • Ventes en 2016: 65 M\$ CA
Insera Supermarkets (Price Rite, ShopRite) www.shoprite.com/member_insera/	23	<ul style="list-style-type: none"> • 23 magasins aux États-Unis • Siège social à Mahwah, NJ • Ventes en 2017 : 1,71 G\$ CA
Key Food Stores Co-op (Key Food, The Food Emporium, Food Dynasty, Food Universe, Superfresh) http://www.keyfood.com	242	<ul style="list-style-type: none"> • 245 magasins aux États-Unis • Siège social à Staten Island, NY • Ventes en 2017 : 100,1 G\$ CA
King Kullen Grocery Co, Inc. (King Kullen) https://www.kingkullen.com	37	<ul style="list-style-type: none"> • 37 aux États-Unis • Siège social à Bethpage, NY • Ventes en 2017: 883,8 M\$ CA
Morton Williams Supermarket (Morton Williams Associated Supmrkt) http://www.mortonwilliams.com	16	<ul style="list-style-type: none"> • 16 aux États-Unis • Siège social à New York, NY • Ventes en 2016 : 133,25 G\$ CA
The Red Apple Group (Gristedes) http://www.gristedessupermarkets.com	30	<ul style="list-style-type: none"> • 30 aux États-Unis • Siège social à New York, NY • Ventes en 2016 : 244,27 G\$ CA
Saker Shop Rite (Dearborn Market, ShopRite) http://www.shoprite.com/	31	<ul style="list-style-type: none"> • 31 magasins aux États-Unis • Siège social à Freehold, NJ • Ventes en 2017 : 2,5 G\$ CA
Trader Joe's Co. (Trader Joe's) www.traderjoes.com	30	<ul style="list-style-type: none"> • 474 Aux États-Unis • Siège social à Monrovia, CA • Ventes en 2017: 17,1 G\$ CA
Wakefern Food Corporation (Price Rite Marketplace, ShopRite, The Fresh Grocer, Dearborn Market) www.shoprite.com	57	<ul style="list-style-type: none"> • 150 magasins desservis aux États-Unis • Siège social à Keasbey, NJ • Ventes en 2017 : 22 G\$ CA

Westside Market Inc. (Westside Market) https://www.wmarketnyc.com/	6	<ul style="list-style-type: none"> • 8 aux États-Unis • Siège social à New York, NY • Ventes en 2017 : 66 M\$ CA
Whole Foods Market (Whole Foods Market, 365 by Whole Foods Markets, Greenlife Grocery, Ideal Market) www.wholefoodsmarket.com	34	<ul style="list-style-type: none"> • Propriété d'Amazon depuis août 2017 • Siège social à Austin, TX, d'où la plupart des achats se font. Certains achats sont aussi effectués par les 11 bureaux régionaux • 483 magasins aux États-Unis • Ventes en 2017 : 20,84 G\$ CA

Source: Marketing Guidebook 2018, Chain Store Guide 2018

Principales chaînes de pharmacies de la région de New York

Pharmacies et leurs chaînes	Nombre d'établissements dans la région de New York	Part de marché (%)	Caractéristiques
CVS Health (CVS, Careplus CVS, Longs Drugs, Navarro Discount Pharmacy) https://www.cvs.com/	616	32,85	<ul style="list-style-type: none"> • 9 732 pharmacies aux États-Unis • Siège social à Woonsocket, RI • Ventes en 2017 : 184,8 G\$ CA
Walgreen Company (Walgreens, Walgreens RxPress, Duane Reade) www.walgreens.com	533	26,24	<ul style="list-style-type: none"> • 8 174 pharmacies aux États-Unis • Siège social à Deerfield, IL • Ventes en 2015 : 135,43 G\$ CA
Rite Aid Corporation (Rite Aid) www.riteaid.com	438	22,87	<ul style="list-style-type: none"> • Chaîne de 4 623 pharmacies • Siège social à Harrisburg, PA • Ventes en 2015 : 34,72 G\$ CA

Source : Marketing Guidebook 2018; Chain Store Guide 2018; Statista 2018



Photo : © Wikipedia

Principales chaînes de dépanneurs de la région de New York

Dépanneurs et leurs chaînes	Nombre d'établissements dans la région de New York	Part de marché (%)	Caractéristiques
7-Eleven (7-Eleven) www.7-eleven.com/	709	13,45	<ul style="list-style-type: none"> • 9 700 dépanneurs aux États-Unis • Siège social à Irving, TX • Ventes en 2017 : 32,63 G\$ CA
Wawa Inc. (Wawa Food Market) http://www.wawa.com/	81	5,54	<ul style="list-style-type: none"> • 800 dépanneurs aux États-Unis • Siège social à Media, PA • Ventes en 2017 : 14,52 G\$ CA
QuickChek Inc. (QuickChek) http://www.qchek.com/	137	5,25	<ul style="list-style-type: none"> • 154 dépanneurs aux États-Unis • Siège social à Whitehouse Station, NJ • Ventes en 2017 : 556,26 M\$ CA
Speedway LLC (Speedway) www.speedway.com	183	4,82	<ul style="list-style-type: none"> • 2 744 dépanneurs aux États-Unis • Siège social à Enon, OH • Ventes en 2017 : 25,02 G\$ CA
Bolla Management Corp. (Bolla Market, Mobil, Sunoco) http://www.bollaoil.com/	44	1,86	<ul style="list-style-type: none"> • 44 dépanneurs aux États-Unis • Siège social à Garden City, NY • Ventes en 2016 : 39,43 M\$ CA

Source : Chain Store Guide 2018; Marketing Guidebook 2018

Tendances de consommation dans la région de New York⁹

- ✦ Les produits hyperlocaux, provenant directement de la ferme, ou fabriqués à proximité de façon artisanale
- ✦ La forte association avec les produits de proximité
- ✦ Les produits naturels, santé, sans additifs, de saison et issus d'une agriculture responsable
- ✦ La fusion des cuisines résultant en de nouveaux standards (Tacos au kimchi)
- ✦ Le ketchup traditionnel perd en popularité au profit des sauces épicées (Sriracha)
- ✦ Les mets préparés congelés retrouvent la faveur, version santé (moins teneur en sodium)
- ✦ Les légumes prennent de plus en plus de place au centre de l'assiette
- ✦ Les plats faciles à cuisiner (bien manger mais avec un minimum de temps de préparation)
- ✦ Les alternatives au lait dans le café (boissons à base de soya, d'amande, de coconut et d'avoine)
- ✦ Les protéines végétales qui remplacent la traditionnelle protéine animale
- ✦ La popularité croissante des collations
- ✦ Le magasinage en ligne 24/7 et la livraison ultra rapide à domicile
- ✦ Une sensibilité accrue à la question du gaspillage alimentaire et à l'utilisation maximale des produits
- ✦ Le styromousse et le plastique font place aux emballages plus sains pour l'environnement
- ✦ La transparence est de rigueur (origine, méthode de fabrication et composition)
- ✦ Le concept du « grocerant » continue son expansion

Tendances de consommation dans l'ensemble des États-Unis¹⁰

- ✦ L'achat de produits locaux ou directement de la ferme par l'entremise des marchés publics saisonniers
- ✦ Les produits artisanaux, authentiques ou fabriqués à la main
- ✦ L'attention particulière accordée aux valeurs nutritives et aux étiquettes
- ✦ Les produits santé (« alicaments » et aliments fonctionnels)
- ✦ Les aliments sans sucre ou comprenant des sucres jugés meilleurs pour la santé
- ✦ Les certifications diverses (USDA, casher, halal, équitable, sans OGM, etc.)
- ✦ Les produits sans gluten, notamment en raison de la maladie cœliaque (qui cause une intolérance digestive)
- ✦ Les produits issus de pratiques écoresponsables dans l'agriculture et la pêche
- ✦ Les collations ayant peu de sucre et de glucides
- ✦ Les boissons avec des protéines et des ingrédients qui remplacent un repas
- ✦ Les fruits et les collations déshydratés
- ✦ Les champignons de toutes sortes déshydratés
- ✦ La cuisine inspirée de la Corée
- ✦ Les plats au curcuma
- ✦ Le déjeuner en tout temps de la journée
- ✦ Les plats fermentés
- ✦ Les algues
- ✦ Les emballages écologiques
- ✦ Les produits ethniques authentiques et nouvelles expériences culinaires et sensorielles, tant au restaurant qu'à la maison
- ✦ Les moyens simples de faire des économies sur les achats (blogs et sites Web consacrés à ce sujet ou grâce à des coupons-rabais et des systèmes d'achats groupés)
- ✦ L'achat en ligne et la livraison à domicile
- ✦ La recherche constante des aubaines, le magasinage accru chez les détaillants à rabais (Walmart, Aldi, Lidl)



Photo : © iStock

DISTRIBUTION

Quelques distributeurs du commerce de détail et des services alimentaires dans la région de New York

Distributeurs	Détail	Services alimentaires	Chiffre d'affaires en 2017 (\$ CA)	Caractéristiques
Wakefern Food Corp. www.wakefern.com	x		16,3 G	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Keasbey, NJ
Harold Levinson & Associates Inc. www.hladistributors.com	x	x	1,2 G	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Farminsdale, NY
Jetro Holdings Inc. College Point	x	x	630 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à College Point, NY
Krasdale Foods Inc. www.krasdalefoods.com	x		599 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à White Plains, NY
Key Food Stores Co-operative Inc. http://www.keyfood.com	x		581,2 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Staten Island, NY
Associated Food Stores www.asghq.com/	x		449 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Port Washington, NY
General Trading Co. Inc. www.general-trading.com	x	x	363 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Carlstadt, NJ
Westside Food Inc. http://www.westsidefoodsinc.com	x	x	277,4 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Bronx, New York
Baldor Specialty Foods Inc. http://www.baldorfood.com	x		150 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Bronx, NY
Driscoll Foods http://www.driscollfoods.com	x		145 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Clifton, NJ
SPAR Group Inc. http://www.sparinc.com/	x		134,3 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à White Plains, NY
DiCarlo Distributors Inc. http://www.dicarlofood.com	x	x	125 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Holtsville, NY
J. Kings Inc. http://www.jkings.com	x		119 M	<ul style="list-style-type: none"> Siège social à Holtsville, NY

MARCHÉ DE LA RESTAURATION ¹¹

Chaînes de restaurants moyen et haut de gamme	Bannières à New York	Nombre d'établissements
Batali & Bastianich Hospitality Group https://bandbhg.com	Babbo Ristorante e Enoteca Casa Mono Babbo Becco Casa Mona Del Posto Esca Felidia La Sirena Lupe Otto Enoteca e Pizzeria	11 restaurants
Dinex Group https://www.danielboulud.com	DANIEL DB BISTRO MODERNE Café Boulud Boulud Sud	4 restaurants/café
Jean-Georges Vongerichten https://www.jean-georges.com	ABC COCINA ABC KITCHEN ABCV JEAN-GEORGES NOUGATINE AT JEAN-GEORGES TERRACE AT JEAN-GEORGES JOJO LOUIS PERRY ST PUBLIC KITCHEN SIMPLY CHICKEN THE MARK THE MERCER KITCHEN	13 restaurants
Nobu Restaurants https://noburestaurants.com	Nobu	27 restaurants
Union Square Hospitality Group http://www.usghnyc.com	Liste des restaurants https://www.usghnyc.com/restaurants/	20 restaurants/café

Source: Zagat, <https://www.zagat.com/b/empire-ranking>

Tendances selon les chefs ¹¹

- ✚ Simplicité dans la préparation, transformation minimale des produits
- ✚ Ingrédients de première qualité, naturels et sains
- ✚ Produits hyperlocaux, provenant directement de la ferme, ou fabriqués à proximité de façon artisanale
- ✚ Produits naturels, santé, sans additifs, issus d'une agriculture responsable et durable
- ✚ Contraste accentué dans les saveurs
- ✚ Fusion des cuisines résultant en de nouveaux standards (Tacos au kimchi)
- ✚ Les légumes continuent de prendre plus de place au centre de l'assiette
- ✚ Options sans-gluten et non-allergènes présents sur les menus
- ✚ Mets « comfort Food » qui rappellent l'enfance, la famille
- ✚ Curiosité accrue pour les nouveaux profils de saveurs
- ✚ Information sur la valeur calorique des aliments au menu
- ✚ Menus sans viande, mais avec contenu en protéines
- ✚ Demande grandissante pour la livraison à domicile
- ✚ Sensibilité accrue à la question du gaspillage alimentaire et à l'utilisation maximale des produits
- ✚ La transparence est de rigueur (approvisionnement, préparation)
- ✚ Le menu change au rythme des produits de saison
- ✚ Utilisation accrue des grains entiers

Principaux salons alimentaires professionnels¹²

- **Mars – International Restaurant & Foodservice Show** – New York (NY)
(www.internationalrestaurantny.com)
- **Juin – Summer Fancy Food Show** – New York (NY)
(www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show/)
- **Septembre – Natural Products Expo East** – Baltimore (MD)
(www.expoeast.com)
- **Octobre – StarChefs International Chefs Congress** – Brooklyn (NY)
(www.starchefs.com)
- **Novembre – HX The Hotel Experience** – New York (NY)
(www.thehotalexperience.com)
- **Novembre – Kosherfest** – Secaucus (NJ)
(www.kosherfest.com)
- **Décembre – New York Produce Show** – New York (NY)
(www.nyproduceshow.com)

Sources et liens utiles

- **Chain Store Guide Databases**
(www.chainstoreguide.com/)
- **Marketing Guidebook**
(www.marketingguidebook.com/)
(<https://www.specialtyfood.com/>)

Magazines et sites Web spécialisés en alimentation

- [Supermarket News](#)
- [Food Navigator](#)

RÉFÉRENCES

- 1, 2, 3, 4 United States Census Bureau, *United States Census 2010* (mis à jour par American FactFinder en 2018).
5, 6 Bureau of Economic Analysis, U.S. Department of Commerce, *Metropolitan Areas*, 2015.
7, 8 Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor, *Unemployment Rates for Large Metropolitan Areas*, Monthly Ranking, 2017.
9, 10, 11, 12 Paul Dallaire, attachée commerciale, Délégation du Québec à New York.



International Restaurant & Foodservice Show (New York)

PROPOSITION DE VISITE DE SUPERMARCHÉS DANS LA RÉGION DE NEW YORK¹²

Afin de réaliser avec succès des activités d'exportation, il faut d'abord mesurer la valeur du marché visé et en établir le potentiel. Voici les principales étapes à suivre :

1. Connaître les réseaux de distribution et leur positionnement 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 New York vous propose un « programme express ». Ce dernier permet de recueillir en deux jours une multitude de renseignements d'intérêt pour les entreprises souhaitant développer le marché du détail.

Une mission exploratoire à New York est fortement recommandée pour mieux connaître et comprendre le marché. Nous vous suggérons un voyage de deux jours et demi à l'occasion du **Summer Fancy Food Show** à la fin juin. C'est le plus important salon d'alimentation spécialisée en Amérique du Nord, qui regroupe 2 500 exposants du monde entier présentant 180 000 produits, une occasion inédite de découvrir les dernières tendances dans l'industrie.

JOUR 1 – Séminaire de formation

Des experts en alimentation présentent le marché et les éléments fondamentaux liés à l'exportation (tendances, réglementations, intermédiaires de vente, prix). La rencontre permet aussi de procéder à une validation de produits (emballage, marque, histoire du produit, goût, prix, etc.).

JOUR 2 – Visite des principaux détaillants

L'itinéraire suggéré ci-après peut facilement se faire à pied, car tous les détaillants se trouvent sur Broadway ou à proximité :

A. Food Emporium (7 magasins)

810 8th Avenue (49th Street)
212 977-1710 www.thefoodemporium.com
- Épicerie de quartier
- Bonne sélection de produits
- Rapport qualité/prix moyen

C. Whole Foods Market (34 magasins)

10 Columbus Circle (59th Street)
212 823-9600 www.wholefoods.com
- Réputé pour ses produits santé, naturels et biologiques
- Offre des produits sans préservatifs ni OGM et respectant le bien-être des animaux
- Marque maison très populaire

D. Gourmet Garage (6 magasins)

155 W 66th Street (entre Broadway et Amsterdam)
212 595-5850 www.gourmetgarage.com
- Détaillant de produits fins
- Très bonne offre de mets préparés
- Grande sélection de fromages et de pains

E. Fairway Market (15 magasins)

2127 Broadway (74th Street)
212 595-1888 www.fairwaymarket.com
- Renommé pour ses produits de spécialité, ses produits de niche et ses aliments casher
- Grande sélection de fruits et de légumes
- Populaire comptoir de produits préparés

F. Citarella (7 magasins)

2135 Broadway (75th Street)
212 874-0383 www.citarella.com
- Renommé pour ses poissons et ses fruits de mer
- Qualité des produits
- Produits de gamme supérieurs et chers

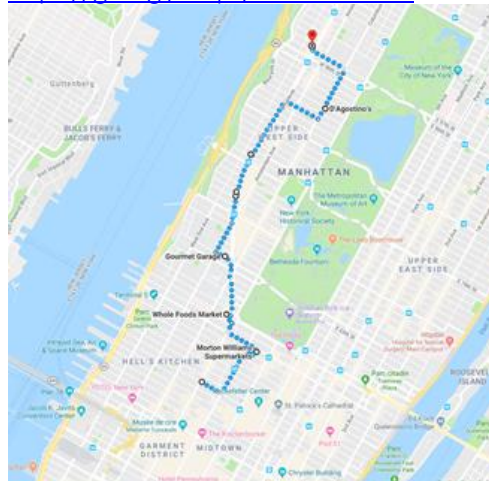
H. D'Agostino's (9 magasins)

633 Columbus Avenue (entre 90th et 9st Street)
212 362-2692 www.dagnyc.com
- Chaîne familiale
- Supermarchés traditionnels
- Peu de produits fins

I. Westside Market (8 magasins)

2589 Broadway (entre 97th et 98th Street)
212 595-2536 www.wmarketnyc.com
- Entreprise familiale
- Grande sélection de mets préparés maison
- Large sélection de bières artisanales
- Important volume de ventes

<https://goo.gl/maps/roXVruTbvD52>



L'équipe du développement des marchés du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation vous aide à accéder à de nouveaux marchés hors Québec.

Voici les services qu'elle met à votre disposition :

Soutien aux entreprises

- Conseil et accompagnement
- Aide financière
- Conception et diffusion d'information commerciale sur les tendances et les marchés
- Séminaires et formation
- Missions exploratoires et de validation

Création d'occasions d'affaires

- Accueils d'acheteurs
- Missions commerciales
- Rencontres d'affaires
- Participation et réalisation de salons

Votre équipe pour le Mid-Atlantique

Denis Poulin, conseiller en développement de marchés

Direction de l'accès aux marchés
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries
et de l'Alimentation
Tél. : 514 873-4147 p. 5204
denis.poulin@mapaq.gouv.qc.ca

Paul Dallaire, attaché commercial bioalimentaire

Délégation du Québec à New York
Ministère des Relations internationales et de la Francophonie
Tél. : 212 843-0971
paul.dallaire@mri.gouv.qc.ca

Cette publication a été réalisée par la Direction de l'accès aux marchés et la Délégation du Québec à New York.

Recherche, collaboration à la synthèse et mise en page :

Suzanne Tremblay, conseillère en information et veille stratégique

Sandrine Hervé, conseillère en intelligence d'affaires

Rosemarie Perron-Gagnon, étudiante-stagiaire en commercialisation

Direction de l'accès aux marchés
Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Tél. : 514 873-4147, postes 5224, 5220 et 5202
suzanne.tremblay@mapaq.gouv.qc.ca
sandrine.herve@mapaq.gouv.qc.ca
rosemarie.perron-gagnon@mapaq.gouv.qc.ca

D'autres publications **Regard sur le marché** sont diffusées dans la section « **Transformation et distribution alimentaires** » du site Internet du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation :

<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/fr/Transformation/marches/exportation/Pages/Marchesprioritaires.aspx>

Montréal, Québec, 2019

