

Le marché ressemble aux marchés canadiens qui sont de l'autre côté de la frontière. Le climat, le comportement et les préférences de la population y sont les mêmes. Hors les grandes zones métropolitaines (Minneapolis/St. Paul: 2,5 millions; Omaha: 325 000; Des Moines: 200 000) les habitants vivent pour la plupart dans les zones rurales où ils exploitent la terre. Les zones métropolitaines ont des industries variées mais peu d'industries lourdes. La population dispose d'un revenu plus élevé que la moyenne nationale et le profil démographique du marché en fait un excellent terrain d'essai pour les denrées alimentaires.

Les "villes jumelles" sont un bon endroit pour débiter dans l'exportation aux États-Unis; les nouveaux exportateurs peuvent se mouvoir aisément dans ce marché accueillant et dont les proportions sont faciles à manoeuvrer.

Les résultats obtenus par les produits canadiens dans cette région sont satisfaisants. Ces produits incluent l'épicerie fine, la charcuterie et le fromage, le poisson (de mer, d'eau douce et d'élevage), les fruits de mer, le porc, le boeuf, l'agneau, les produits surgelés, les biscuits, les amuse-gueule, la bière, l'eau minérale et les ingrédients de base. La qualité des produits canadiens jouit d'une excellente réputation et, par conséquent, le marché les accepte volontiers. Les entrepreneurs qui ont réussi à s'implanter dans le marché sont ceux qui se sont engagés à fond, qui ont maintenu des liens solides avec le marché américain et qui par ailleurs ont modifié non seulement leurs produits mais aussi leurs stratégies de marketing et leur présentation pour les adapter aux exigences du marché.

Les produits de la pêche

On estime le marché des produits de la pêche dans cette région à plus de 800 millions de dollars américains. Ce chiffre dépasse les prédictions et se doit essentiellement au flair innovateur des commerçants de la région. Les organismes nationaux américains (F.M.I. et N.S.M.I.) affirment que ce marché devance de 2 à 3 ans ses concurrents du reste des États-Unis, en particulier dans les domaines du marketing, de

l'inspection et du contrôle de la qualité, du transport, de la commercialisation, de la présentation et de la publicité. Actuellement, le marché se répartit comme suit: 60 p.100 des produits de la pêche sont vendus au détail et 40 p.100 aux services de restauration. Dans les prochaines années, le secteur de la vente au détail devrait augmenter considérablement et plus que tout autre, si l'emballage, le contrôle de la qualité et la présentation (par exemple les filets sans arêtes) sont améliorés. Le marché au détail se répartit équitablement entre le poisson frais et le poisson surgelé.

Localement, on produit surtout le doré jaune (200 000 des 300 000 livres qui ont été vendues l'année dernière sur le marché de Minneapolis/St. Paul étaient d'origine locale). Ce poisson est fort apprécié et sa demande est continue à tel point que les commerçants souhaitent augmenter leur approvisionnement grâce aux ressources canadiennes. La région produit également, en petite quantité la truite saumonée et la truite en captivité. En général, on préfère le saumon (la darne plus que le filet), le cabillaud et le doré jaune en filets, l'hoplostète orange, le lieu, le loup, l'espadon, le requin, les crevettes, les palourdes, les pétoncles et le homard.

La distribution des produits alimentaires

Le système est simple et direct. Les acheteurs ont l'habitude de travailler avec des compagnies de petite ou moyenne envergure. Deux grosses chaînes, genre entrepôt, Cub Food et Rainbow Food, possèdent environ 55 p.100 du marché de Minneapolis/St. Paul et comprennent 200 supermarchés dont le chiffre d'affaires s'élève à 53 millions de dollars par semaine. Les supermarchés traditionnels détiennent 33 p.100 du marché et les épiciers un peu plus sophistiqués comme Byerly Foods qui est devenu un magasin très à la mode, prennent 12 p.100 du marché. Ces chaînes indépendantes sont approvisionnées volontairement par quatre distributeurs grossistes établis à Minneapolis/St. Paul et par quelques distributeurs d'épicerie fine. En Iowa, le siège social de Dahl's Food Chain est à Charlton. Celui de Baker's Supermarkets est à Omaha (Nebraska). Dans cette région, il faut avoir un vendeur qui visite les chaînes