

p.100 de l'importation totale américaine. Le Canada fournissait 25 p.100 de l'importation du boeuf frais, frigorifié ou surgelé.

Le poisson et les fruits de mer

La consommation, par personne, du poisson et des fruits de mer est tombée à 14,9 livres en 1991. Toutefois, la demande des fruits de mer est restée relativement constante, surtout dans le domaine des produits surgelés de valeur ajoutée où le chiffre s'élève à 15 livres par personne, par an, mais le poulet et la dinde semblent prendre la part du lion sur le marché.

Il n'est pas impossible que la vente des fruits de mer prenne un certain essor dans les sections d'épicerie fine des grandes chaînes.

Les fruits et les légumes

La mode des aliments "salutaires" a provoqué un déclin dans la consommation des légumes en conserve durant la dernière décennie. Par ailleurs, la demande de légumes frais et surgelés a augmenté. Vraisemblablement, le déclin dans la consommation des conserves continuera en fonction du choix préférentiel que le consommateur porte sur les produits frais et surgelés ainsi que sur les plats cuisinés surgelés qui mettent en valeur leurs qualités nutritives. Cette tendance a aussi causé une plus grosse demande de vinaigrettes car nombreux sont les restaurants et les épicerie qui installent des buffets où l'on sert exclusivement des salades.

Les produits surgelés

Bien que le développement de ce marché soit maintenant limité, il n'est pas impossible que les sous-secteurs comme les produits surgelés pour le petit-déjeuner, les produits ethniques et les aliments de faibles calories indiquent un taux d'accroissement. Les conditions sociales actuelles (parents célibataires ou divorcés, l'entrée de la femme dans la force de travail) ont réduit le temps que l'on dédiait jadis à la préparation des repas et stimulé la demande des plats cuisinés ou surgelés. Les fours à micro-ondes ont également fourni une aide précieuse aux entrepreneurs qui oeuvrent dans ce secteur.

Aujourd'hui, 72 p.100 des foyers ont un four à micro-ondes contre 10 p.100 en 1980. La plupart des gros entrepreneurs prédisent que 80 à 85 p.100 de leurs produits pourront être préparés dans un four à micro-ondes en 1995. Par ailleurs, les enfants sont maintenant impliqués dans la préparation des repas et par conséquent, la vente des aliments faciles à cuisiner et rapidement servis augmentera certainement.

Les produits ethniques

Les produits italiens, en particulier les pizzas et les sauces, sont toujours les favoris du consommateur américain et les prédictions affirment que leur chiffre d'affaires dépassera 11 milliards de dollars en l'an 2000. Les produits mexicains accusent le plus haut taux d'accroissement. On estime que ce secteur atteindra un chiffre d'affaires de 6 milliards de dollars à la fin du vingtième siècle. Les pizzerias et les restaurants mexicains sont les entreprises qui se développent le plus rapidement. Les produits orientaux devraient dépasser un chiffre de 1,5 milliards de dollars en l'an 2000. La vente des aliments épicés thaïlandais et coréens devrait maintenir sa croissance. La fraîcheur, la commodité et la qualité qui caractérisent généralement les produits orientaux correspondent exactement aux désirs du consommateur pressé mais soucieux de sa santé et de son bien-être.

La consommation des pâtes alimentaires aux États-Unis devrait augmenter pendant la prochaine décennie au fur et à mesure que les américains continuent à substituer les graisses animales aux féculents dans leur alimentation. Les statistiques confirment cette tendance si l'on compare la consommation de 18,4 livres par personne en 1990 à celle de 12,8 livres par personne en 1980. Les pâtes alimentaires se vendent facilement en tout temps car c'est une denrée nutritive et qui n'est pas chère. La vente annuelle des pâtes alimentaires a augmenté de 3 à 5 p.100 pour la plupart des compagnies.

Le riz maintient sa place du grand favori de la décennie. Sa consommation a doublé durant les années 80 et atteint actuellement 20 livres par personne. Le goût américain pour les plats "vite-