

VIII. Description et profil des marchés régionaux aux États-Unis

La Nouvelle-Angleterre

Le marché agro-alimentaire en Nouvelle-Angleterre représente environ 7,2 milliards de dollars par an. En 1990, le Canada a exporté dans cette région des produits pour une valeur de 113 millions de dollars, soit 1,5 p.100 de l'approvisionnement total.

Les produits de la pêche

La Nouvelle-Angleterre est le port d'entrée principal et le marché le plus important pour ces produits canadiens. La ville de Boston, elle-même, représente environ 50 à 60 p.100 du marché américain dans ce secteur. On distingue diverses tendances sur le marché de Boston entre autres: un accroissement notable de l'aquiculture; un goût grandissant chez le consommateur américain pour le lieu jaune de l'Alaska et pour les poissons des eaux profondes du continent sud-américain qui sont généralement moins chers et enfin un profil relativement modeste des produits analogues. Par ailleurs, les espèces d'élevage comme la crevette, la truite saumonée d'eau douce, et l'écrevisse accaparent une plus grande partie du marché qui est généralement lié à la pêche traditionnelle. Les produits déjà établis sur la place, comme par exemple les huîtres et les moules, ont augmenté leur production et amélioré leurs systèmes de promotion. Ces tendances reflètent non seulement une sophistication croissante chez le consommateur américain et la demande du public pour un menu plus varié mais aussi son inquiétude pour toutes les questions à long terme reliées à l'environnement.

En 1991, les américains ont consommé 14,9 livres par personne et, par conséquent, un total de 3,75 milliards de livres par an. Le léger déclin sur le chiffre de 1990 (15,5 livres) peut indiquer que la consommation des poissons et des fruits de mer a tendance à se stabiliser. Les statistiques pour le poulet et la dinde démontrent que la consommation de ces produits augmente et

l'industrie des produits de la pêche doit faire certaines modifications si elle veut atteindre l'objectif de vingt livres par personne fixé pour l'année 2000 par l'Institut national de la pêche.

Les exportateurs des produits de la pêche devront disputer agressivement le terrain qu'ils ont conquis sur le marché américain. Maintenant que les quotas de la pêche ont diminué pour réapprovisionner les réserves, il faut que les producteurs canadiens découvrent la façon d'augmenter leurs bénéfices avec des ressources égales ou inférieures. Les plats préparés ou sémi-préparés (plats prêts-à-servir, filets pannés etc.) dont on pourrait augmenter le prix, offrent peut-être une solution.

Les opportunités offertes par certains produits

Les poissons des eaux profondes

Le déclin dans l'approvisionnement (juillet 1990) de certaines espèces a eu deux conséquences. D'abord les chiffres des derniers inventaires sont particulièrement bas; ensuite, les prix ont augmenté. Bien que, d'une manière générale, l'économie du pays ait ralenti, l'exportation a augmenté aux États-Unis et la demande s'accroît en Europe. La baisse du dollar américain est favorable à l'exportation du pays mais elle crée aussi une pénurie à cause du déclin des réserves.

Le homard

La demande est solide à l'heure actuelle. Les prix sont bas et le homard est abondant. Ces deux faits expliquent l'intérêt grandissant du consommateur envers ce produit. Les prix se sont stabilisés en automne 1990, après avoir accusé une légère augmentation.

La morue

Les réserves de blocs de morue atlantique dans les entrepôts frigorifiques américains sont en baisse ainsi que la demande. Le prix du bloc varie entre 1,60 et 2,10 dollars, chiffre légèrement supérieur à celui de l'année dernière à cause de la pénurie qui devient inquiétante.