

Homard

Dans la région de Chicago, le homard a toujours été perçu comme un produit coûteux, offert seulement dans les restaurants luxueux et réservé le plus souvent aux occasions spéciales. Seules les personnes ayant un compte de dépenses ouvert peuvent se payer un tel luxe. Heureusement, Chicago a su exploiter ce marché grâce à son imposante industrie de l'accueil. En effet, quelque 3,2 millions de personnes se rendent chaque année à Chicago pour assister aux 1 099 congrès, 157 foires commerciales et 26 255 réunions de toutes sortes qui y sont tenus. Bien que le prix moyen d'un repas dans les restaurants soit inférieur à 16 \$ US par personne, en raison de la récession imminente, on prévoit que la demande pour le homard demeurera stable. L'image du homard canadien n'est pas très forte dans cette région des États-Unis, d'autant plus que les consommateurs ont un faible pour le homard du Maine.

Dans le secteur de la vente au détail, c'est une toute autre histoire. Le homard n'est pas perçu comme un «aliment à la portée de tous» et n'est pas non plus commercialisé comme tel. Étant donné que le homard est saisonnier et que son prix est élevé, il est très peu probable que des promotions de masse donneraient des résultats dans le centre-ouest. Compte tenu que le poids des homards les plus en demande varie entre 1 et 1 1/2 livre, la consommation actuelle par habitant ne dépasse pas 0,01 livre.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

Consulat général du Canada
310 South Michigan Avenue
12th Floor
Chicago, Illinois 60604-4295
Tél. : (312) 427-1031
Télex : 00254171
Télécopieur : (312) 922-0637
Mme Karen L. Willhite
Agent de commerce