

Principaux magasins : *Braun's Fashions Inc.*, boutique pour dames, 86 succursales; *Cedric's Enterprises Inc.*, vêtements, 2 points de vente; *Dayton-Hudson*, magasin à rayons, 37 succursales; *Target Stores*, chaîne nationale, 235 points de vente; *Salkin and Linoff Corp.* (propriété de *Allied Stores*, de Campeau), plus de 200 boutiques spécialisées; *Younkers* (Des Moines), magasin à rayons, 360 points de vente; *Peterson-Harned-Von Maur*, magasin à rayons, 10 succursales; *Shepler's*, vêtements, 8 magasins au Kansas; *Richman-Gordman Stores* (Omaha).

Commercialisation : Dix associations de marchands de vêtements et de chaussures tiennent tout au long de l'année des foires à Minneapolis, Des Moines, Omaha et Kearney. La Northwest Salesmen's Association de Minneapolis (vêtements pour femmes et enfants) et le Upper Midwest Men's Apparel Club sont, et de loin, les deux groupes ayant les plus gros volumes de ventes.

New York

Connecticut, New Jersey (12 comtés du nord), sud de l'État de New York, Archipel des Bermudes

Généralités : La zone métropolitaine de New York est le pivot de l'industrie vestimentaire, et on y vend, au détail, pour plus de 5,3 milliards de dollars É-U. de vêtements par an. New York est la ville qui donne le ton à l'ensemble des États-Unis, si ce n'est à la plus grande partie du monde occidental. C'est un marché complexe où la concurrence est très serrée — concurrence des fabricants américains et étrangers bien établis comme des grands couturiers de renom. Pour soutenir cette concurrence, il faut trouver des salles de montre de premier ordre et investir beaucoup d'argent dans les débuts de saison, la publicité et d'autres mécanismes de stimulation de la vente.

Le petit couturier ou le petit confectionneur peut trouver son créneau sur ce marché s'il a un bon produit ou un produit inhabituel à vendre et s'il s'identifie à un genre particulier de magasin, réagit rapidement à la demande ou offre quelque chose de nouveau et d'unique au consommateur.

Le marché new yorkais est difficile mais il n'est pas intimidant pour le fabricant qui a un bon produit à vendre et qui prend les moyens appropriés pour le vendre.

Mode : À New York, on vend de tout.

Principaux magasins : *Abraham & Strauss*, magasin à rayons, 15 succursales; *Alexander's*, magasin à rayons, 15 points de vente; *B. Altman*, magasin à rayons, 7 succursales; *American Express Merchandising Services*, commandes postales, vêtements pour hommes et femmes; *Bloomingdale's*, magasin à rayons, 16 succursales; *Bonwit Teller*, boutique spécialisée, 15 succursales; *Brooks Bros.*, vêtements pour hommes, femmes et enfants, 44 points de vente; *FAS Marketing*, coopérative d'achat de vêtements exclusifs