

s'introduire sur l'énorme marché américain mais au niveau régional.

Seattle est la plus grande ville de la région et elle est située à 100 miles de la frontière canadienne. Le marché de Seattle - Tacoma - Everett se place au 14^e rang des États-Unis. De 1980 à 1989, la population de Seattle a augmenté de 16,2 p.100 et le taux de croissance entre 1988 et 1993 s'estime à 7 p.100. L'économie devrait se développer plus rapidement que la moyenne nationale car l'accroissement des emplois dans la zone métropolitaine de Seattle a été plus prompt que dans le reste du pays.

La population de la région est jeune (l'âge moyen est de 32,5 ans) et instruite (7^e rang). Environ 80 p.100 de la population adulte (25 ans et plus) ont complété le cycle secondaire et 28 p.100 ont terminé 4 années ou plus du cycle supérieur. Ainsi, les salaires sont parmi les plus élevés du pays. En 1987, le salaire moyen annuel (22 543 dollars) était 8 p.100 plus haut que la moyenne nationale de 20 855 dollars. Le pouvoir d'achat de la région est de 30 000 dollars en comparaison de la moyenne nationale qui s'élève à 25 000 dollars. La vente des produits alimentaires à Seattle se chiffre à 4,3 milliards de dollars en 1983.

Le penchant du consommateur pour les produits importés est mis en évidence par le montant de 532 millions qui représente la totalité des produits alimentaires qui ont été importés en 1990 dont 305 millions (57 p.100) correspondent aux importations en provenance du Canada. Ces derniers sont pour la plupart: divers desserts, la pâte pour les tartes, les saucisses, les pommes, l'eau minérale, les confitures, les biscuits, les fromages, le miel, les pirojkis, les saucisses "wieners", le bacon, les jambons, la pâte pour les pizzas, les crumpets, les céréales, les jus, la bière, le sirop d'érable, les craquelins, les spiritueux, les pâtes alimentaires et le thé.

Les produits de la pêche

La région du Pacifique Nord-Ouest produit environ 2,9 milliards de livres de poisson et de fruits de mer par an, soit 1,6 milliard de dollars ou 40 p.100 de la capture commerciale des États-

Unis. La grande variété des produits de la région inclue: le lieu (1,2 millions de livres), le saumon (500 millions de livres), la morue (270 millions de livres), le crabe (210 millions de livres), le flétan (135 millions de livres), le hareng (130 millions de livres), et le sébaste (125 millions de livre). Bien que la plupart du volume soit pêchée au large de la côte du Pacifique Nord-Ouest, il reste encore quelques créneaux dans le marché pour les exportateurs canadiens. La consommation des produits de la pêche dans cette région produit un montant de 300 millions de dollars par an. Soit dit en passant, il est fort possible qu'une quantité appréciable de poissons et de fruits de mer, en provenance d'autres pays de l'étranger et consommée dans la région, ne soit pas déclarée. En outre, les chiffres d'exportation qui correspondent à cette région peuvent inclure de la marchandise qui ne "fait que passer". Quoiqu'il en soit, le Pacifique Nord-Ouest importe des produits de la pêche pour une valeur de 190 millions de dollars par an dont 48 p.100 représente des produits canadiens. Ce marché s'adresse principalement au produit frais ou surgelé à l'encontre des autres régions du pays qui consomment un volume assez conséquent de poisson séché ou salé. On y consomme aussi du poisson fumé mais la production locale est abondante. Les produits canadiens qui ont pris place sur le marché et qui la maintiendront sont: le saumon d'élevage, les crevettes, les pétoncles, le homard et les moules. La distribution se fait par l'entremise des entreprises de transformation qui font aussi le commerce en gros, des courtiers (surtout dans le cas des conserves) et des grossistes.

Le saumon

Le prix du saumon d'élevage ayant baissé sur le marché, la demande des services de restauration communautaire et du commerce au détail, a augmenté et le saumon qui venait de Norvège ainsi que les produits du littoral japonais ont été éconduits. Les entreprises canadiennes ont déjà réussi à pénétrer ce marché grâce à l'excellente qualité de leurs produits, leur prix concurrentiels, leur proximité et les règlements stricts du Canada en matière écologique qui limitent l'entrée des opérations locales.