

Le succès de certains produits à valeur ajoutée est attribuable à la grande vogue que connaissent au pays les mets mexicains et asiatiques, ainsi qu'au mode de vie des Américains, qui préfèrent généralement passer le moins de temps possible à cuisiner. Parmi les nouveautés, mentionnons les produits à base de surimi, comme les rouleaux printaniers aux fruits de mer et au fromage à la crème. Bon nombre de ces produits étant destinés aux commerces de détail et aux services alimentaires, ils sont vendus congelés et prêts à faire frire ou à faire cuire à la vapeur. On peut servir ces fruits de mer non seulement comme hors-d'oeuvres, mais aussi en salade, comme plat d'accompagnement ou comme plat principal, sur un lit de riz. Ces produits sont utilisés par les traiteurs et servis dans les hôpitaux, les restaurants et les bars; la demande semble augmenter rapidement.

Une entreprise produit des plats semi-cuisinés composés de pâtes fraîches congelées, d'une sauce et de crevettes marinées à saveur classique ou Alfredo. Il suffit de faire bouillir les pâtes et de faire sauter les crevettes. Cette entreprise offre également un hachis de crevettes pané, à frire ou à cuire au four, qui est très apprécié dans les bars et les cafétérias d'écoles et d'hôpitaux. Savoureux et économique, ce produit répond particulièrement bien aux besoins des restaurants qui offrent des buffets à volonté. Ces bouchées de fruits de mer connaissent une grande vogue dans les commerces de demi-gros, de même que les portions préemballées de champignons farcis aux fruits de mer, aux crevettes et au cheddar ou au crabe bleu et au surimi.

Les produits du saumon sont de plus en plus prisés des consommateurs. On offre ce poisson sous diverses formes, emballé sous vide, avec un glaçage au sucre brun ou relevé de grains de poivre noir, d'épices cajun ou d'aneth. Le saumon cuit, désossé et prêt à manger est vendu en portions plutôt qu'à la livre, parce que cette formule est plus rentable. Chaque emballage porte un code CPU et peut être accroché, au besoin, sur un présentoir à tiges. On offre également des blocs de recettes de salades, d'omelettes et de pâtes à tartiner à base de saumon.

Au cours des dernières années, le poisson et les fruits de mer à valeur ajoutée ont également été influencés par les nouvelles tendances alimentaires. On fait maintenant pré-dorer dans l'huile de colza certains produits panés fins. Dans le marché des aliments naturels, on trouve en outre des entrées comme le chili aux fruits de mer, les petits pâtés au crabe et au fromage, les bouchées de crevettes à l'orientale et les pépites de poisson. L'un des nouveaux produits les plus en vogue dans le marché américain est le «pain» de thon de 9 lb destiné aux commerces de détail et aux services alimentaires, qui est préparé avec du thon à nageoires jaunes ordinaire assaisonné ou naturellement fumé. Ce pain de thon est cuit et prêt à découper; on peut le servir en sandwich ou comme hors-d'oeuvres sur des craquelins ou des morceaux de toast. Préparé à partir de thon frais congelé, ce produit ne contient presque aucun gras, a une très faible teneur en cholestérol et constitue donc un amuse-gueule beaucoup plus sain que beaucoup des produits très gras auxquels nous sommes habitués.

Un détaillant américain offre des plats principaux à réchauffer préparés par des cuisiniers. Ces mets comprennent l'hoplostète orange à la Française, filet plongé dans un oeuf, puis enrobé de farine assaisonnée; la barbue noircie; l'espadon à la Française et la salade de calmars, de légumes et d'olives, en vinaigrette. Les consommateurs sont très friands des entrées de palourdes farcies et de champignons farcis aux fruits de mer. Les commerçants achètent des produits à valeur ajoutée haut de gamme et les adaptent à la clientèle de leurs différents magasins, selon que celle-ci se compose surtout d'ouvriers, de membres de minorités ethniques ou de fins gourmets. Il est important pour l'entreprise que ces produits soient de bonne qualité et faciles à préparer et puissent être vendus à des prix raisonnables qui reflètent la valeur des mets, car le client attache encore beaucoup d'importance au prix.

En conclusion, le marché du poisson et des fruits de mer à valeur ajoutée possède un fort potentiel de croissance aux États-Unis. Les consommateurs recherchent des mets de grande qualité qui prennent peu de temps à préparer et qui se vendent à prix abordable. Les secteurs susceptibles de s'intéresser à ces produits comprennent les services alimentaires, les commerces de détail, les collectivités, les restaurants, les cafétérias d'écoles, les grossistes et les distributeurs.