

la volaille et du poisson a augmenté alors que la consommation de la viande rouge a diminué. Cette tendance est visible aux niveaux du détail et de la restauration. Les familles qui ont maintenant deux salaires ont fait monter le marché des denrées de valeur ajoutée, des produits transformés et semi-transformés. Le consommateur devenu plus sophistiqué, n'hésite pas à goûter les plats exotiques. Aussi, les produits de luxe, les produits ethniques (mexicains, orientaux, etc.) et les produits naturels ont-ils acquis une grande popularité.

Les produits de la pêche

L'industrie de la restauration a produit 28,5 milliards de dollars dans 93 930 restaurants et débits de boisson, en Californie. Dans le nord, les débouchés et l'intérêt pour les produits de valeur ajoutée (transformés) qui proviennent de la pêche ont augmenté dans les services de la restauration commerciale et communautaire, et le commerce au détail. Les consommateurs de cette région vivent dans l'aisance. Ils sont sophistiqués, instruits et ils se préoccupent de plus en plus d'avoir une nutrition saine. Ils achètent des produits diététiques et consomment d'avantage de poisson.

Le nord de la Californie est l'un des centres importants de l'industrie de la pêche et possède un marché de ventes considérable qui emploie plus de 100 courtiers et grossistes.

Il est fortement recommandé aux entrepreneurs canadiens qui désirent exporter dans cette région de faire appel aux services d'un courtier ou d'un représentant de la région qui vendra directement aux plus gros acheteurs et qui placera comme il se doit les produits canadiens auprès des grossistes et des groupes d'acheteurs. Une présence locale est absolument essentielle dans un marché aussi gigantesque, concurrentiel et sophistiqué.

San Francisco accueille les foires régionales et nationales en passant par toute la gamme depuis l'événement annuel international "Fancy Food and Confection Show" qui s'adresse aux détaillants des produits de luxe, au "Western Restaurant Show" qui a lieu tous les ans mais qui alterne une

fois sur deux entre le sud et le nord de la Californie et qui vise les services de restauration, y compris les services communautaires. C'est la deuxième exposition de ce genre aux États-Unis. La participation dans les foires commerciales est l'occasion où jamais de consolider et d'intensifier les efforts des agents locaux et de rencontrer les acheteurs et les représentants commerciaux.

Les exportateurs sérieux devraient considérer le nord de la Californie comme un marché de premier ordre mais, pour réussir, ils doivent avoir élaboré d'abord un produit de qualité qui a un emballage et une présentation impeccables. Ils doivent être capables d'assurer une production constante et avoir un programme de marketing bien conçu.

Pour tous renseignements sur la région en général et en particulier les agents, les courtiers et les distributeurs, prière de s'adresser à:

Mme Arlene Holden
Agent commercial
Consulat général du Canada
50 Fremont Street, Suite 2100
San Francisco, CA 94105
United States
(415) 495-6021
(415) 541-7708

Le Pacifique Nord-Ouest

Seattle

Seattle est un marché aux nombreux débouchés pour les exportateurs canadiens car, outre les proportions de sa population et de son économie, les goûts et le style de vie des habitants de cette ville sont très proches des us et coutumes du Canada. Par ailleurs, le haut revenu (par personne) de la population de Seattle développe son enthousiasme pour les produits alimentaires importés, de luxe et "prêts à servir".

Aux États-Unis, les réseaux de distribution se limitent d'avantage à la région. C'est pourquoi les produits alimentaires canadiens peuvent