

Le homard est rarement commercialisé au niveau du détail et le détaillant partage l'opinion de la majorité; il pense également que c'est une denrée peu abordable. Comme la capture du homard est limitée et saisonnière et son prix est élevé, il est peu probable qu'une campagne de publicité intensive soit jamais lancée dans le Centre-Ouest. Les pièces d'une livre et demie sont les plus appréciées et la consommation se chiffre à peine à 0,01 livre par personne

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

Mme Karen Willhite
Agent commercial
Consulat général du Canada
2 Prudential Building
Chicago II 60601
United States
(312) 616-1860
(312) 616-1877

Cleveland

Cleveland se trouve au centre de la région industrielle et financière des États-Unis. Le territoire commercial sous la responsabilité du consulat canadien comprend l'Ohio, la Pennsylvanie occidentale, le Kentucky et la Virginie occidentale. La surface de cette région est d'environ 1/3 de celle de l'Ontario et elle a une population qui dépasse 20 millions d'habitants, presque la population entière du Canada. Il y a six principaux centres de distribution qui englobent: la zone métropolitaine de Cleveland, Columbus et Cincinnati (Ohio); Pittsburgh (Pennsylvanie); Charleston (Virginie occidentale); et Louisville (Kentucky). La totalité du commerce bilatéral entre le Canada et le territoire s'élève à 19,75 millions de dollars.

Cleveland, Columbus, Cincinnati, Dayton, Pittsburgh et Louisville sont parmi les 50 marchés les plus importants des États-Unis d'après les sondages effectués en 1989 par la revue "Grocery Marketing".

ZONE	POPULATION (hab.)	CHIFFRE DE VENTES (dollars)
Marché de Cleveland	4 593 655	6 511 414 000
Marché de Cincinnati (y compris Louisville, KY)	6 618 126	9 396 528 000
Marché de Pittsburgh	6 994 405	7 523 699 000

Nombreux sont les négociants en gros (Riser et Cardinal par exemple) qui prêtent leurs concours aux grossistes en plus de leur clientèle habituelle. Cette dernière appartient surtout à la restauration et aux services de restauration communautaire comme par exemple les maisons de santé et les écoles.

"Super Food Services Inc." dont le centre de distribution dessert le sud-ouest de l'Ohio, le sud-est de l'Indiana et le Kentucky, possède 290 magasins et projette de construire à Cincinnati des installations frigorifiques qui coûteront 7 millions de dollars.

La vente des produits alimentaires augmente dans les magasins qui généralement ne travaillent pas dans l'alimentation, K-Mart, par exemple. Par ailleurs, Thriftway, Cubbs et Biggs ont suivi la tendance nationale et construisent des hypermarchés dans la région. Une portion grandissante du marché est dédiée aux aliments prêts à servir, de préférence ceux d'excellente qualité nutritive, si l'on en croit 70 p.100 des consommateurs interviewés lors d'un sondage en 1991. Les propres marques des commerçants gagneront avec force du terrain sur le marché. Sans doute, il y a des débouchés pour les firmes canadiennes dans ce domaine.

Le Canada exporte une grande variété de produits à ce territoire. Parmi ces produits il y a le poisson frais et surgelé, les coquillages et les crustacés (expédiés aux grossistes par voie directe ou indirecte), l'eau gazeuse naturelle ou parfumée, la boulangerie et la pâtisserie, les confitures et le miel, les produits laitiers, la viande fraîche, frigorifiée ou surgelée, la charcuterie, les fruits frais, les légumes frais, surgelés ou préparés, le sucre et la confiserie, les farines, le whisky et la bière. Selon les statistiques, l'exportation canadienne des produits alimentaires, de la pêche et des boissons dépasse un total de 87 millions de dollars.