

surgelé que pour le poisson frais alors que les représentants du produit frais prétendent le contraire. Bref, quelle que soit la vérité, la conclusion est la même: l'augmentation de la consommation des produits de la pêche a été spectaculaire au cours des dernières années et l'industrie entière estime que les ventes augmenteront de 5 p.100 par an jusqu'à 1998.

Les services de restauration (hôtels, restaurants, écoles, hôpitaux, etc.) exigent de plus en plus des produits d'excellente qualité. La compagnie "The Chicago Fish House" à elle seule expédie 35 millions de livres de poisson et de fruits de mer, par an, aux hôtels, supermarchés, clubs, restaurants et autres grossistes de 38 états sans compter plusieurs clients à l'étranger. Les produits qui sont les plus demandés sont: la morue, les crevettes, le saumon et même le surimi qui est un produit maintenant. L'âge des hypermarchés est à son point culminant dans le Centre-Ouest et la demande au détail augmente.

Afin d'avoir une plus grande variété de poissons dans ses stocks, cette région pratique de plus en plus l'aquiculture. Bientôt, presque tous les produits de la mer proviendront d'espèces domestiques tout comme le poulet, le boeuf ou le porc. L'aquiculture jouit d'une grande popularité qu'elle doit à un certain nombre de facteurs comme par exemple: l'approvisionnement se fait sans interruption; le consommateur est sûr de la qualité d'un produit local, élevé dans des eaux non-polluées; et les

prix demeurent stables grâce au contrôle de la production. Avec la technologie et les systèmes de distribution qui s'améliorent continuellement, les grossistes de Chicago distribuent non seulement les espèces usuelles comme le thon et la truite mais aussi plusieurs espèces moins courantes comme le poisson armé. Les opportunités sont innombrables dans ce territoire. Environ 200 opérations existent dans un territoire composé de 12 états qui gravitent autour de Chicago et l'on prédit que l'industrie se développe davantage.

Actuellement, 8 p.100 du poisson consommé aux États-Unis provient de l'aquiculture. La consommation annuelle de poisson et de fruits de mer s'élève à 15,9 livres par personne, une livre

supplémentaire en comparaison de 1988. Selon les prévisions, ce chiffre atteindra 20 livres dans 10 ans, si le taux de consommation suit la même direction. D'après les sources locales, il faut que les canadiens s'appuient sur leur intégrité et leurs principes, pour réussir. C'est le plus grand défi du Canada. Certes, le monde commercial sait parfaitement que le Canada a des règlements stricts d'inspection et que ses normes sont respectées à la lettre. Malheureusement, cette "honnête" réputation n'atteint jamais le dernier échelon, c'est à dire le consommateur. Les sceaux d'origine et de qualité sont souvent ignorés dans la publicité, le marketing et la commercialisation du poisson canadien. Il a été suggéré que les mots "qualité" et "Produit du Canada" en utilisant peut-être la feuille d'érable soient mis en évidence sur tous les emballages (de la boîte individuelle au carton) et le matériel de publicité. Ce stratagème donnerait non seulement un coup de fouet à un climat déjà favorable mais aussi il aiguiserait l'acuité du consommateur et pousserait son choix vers le produit canadien. En outre, il augmenterait la demande et le chiffre de des ventes aux consommateurs. Le message des commentaires est donc clair: le marché de Chicago offre des débouchés énormes aux entreprises canadiennes dans le domaine des produits de la pêche.

Le homard

Traditionnellement, la région de Chicago a toujours considéré que le homard est un produit de luxe consommé dans les établissements chers ou réservé aux grandes occasions. On pense que seule la population qui dépense sans compter peut se permettre de le savourer fréquemment. Heureusement, Chicago ramasse les bénéfices de son hospitalité envers le monde des affaires qui participe à ces nombreux congrès, foires et réunions que nous avons déjà mentionnés et qui ne regarde pas à la dépense. Même en ces temps de crise où le prix moyen d'un repas se maintient à 16 USD par personne, la demande du homard devrait rester stable. Cependant, comme il est moins connu, le homard canadien est souvent éclipsé par la solide réputation du homard qui provient des côtes de Maine.