

Distributors, Allen Foods, Inc., etc.) sont installés à Chicago et, en 1990, ces sept compagnies ont amassé un produit total de ventes à peine au dessous de 4,4 milliards de dollars.

Même si la récession actuelle maintient le prix d'un repas moyen au dessous de 16 USD par personne, Chicago recueille les bénéfices de son impressionnante industrie hôtelière et restauratrice qui dessert 3,2 millions de personnes convergeant sur 1 099 congrès, 157 foires commerciales ou 26 255 réunions.

Les grandes foires internationales qui se tiennent annuellement à Chicago, en font une ville idéale pour lancer et vendre les produits alimentaires canadiens. La foire des restaurateurs "The National Restaurant Association Show" est la réunion la plus conséquente de l'industrie aux États-Unis. Les stands s'étendent sur 10 milles où plus de 104 000 acheteurs, courtiers, distributeurs et représentants se côtoient. La foire "The Food Marketing Institute Show" où s'empressent 40 000 décideurs, a la même importance aux États-Unis que la précédente mais elle s'adresse à l'industrie des supermarchés. Par ailleurs, une multitude de foires qui visent un secteur particulier font le tour de Chicago à intervalles réguliers comme par exemple les foires organisées par "International Fancy Food", "The National Food Brokers Association" et "The American Meat Institute".

Chaque foire est un forum où les participants peuvent exposer leurs produits sous un meilleur angle, agrandir leur champ d'action, examiner les produits de la concurrence, créer les instruments de la commercialisation et assurer des ventes immédiatement et à long terme.

Chicago offre un climat favorable aux nouveaux produits dont le prix défie la concurrence surtout ceux qui mettent l'accent sur la qualité, la rapidité de la préparation et la santé. La place importante qu'occupe la ville en tant que centre principal de distribution et l'accès indéniable qu'elle a au monde entier par tout un éventail de moyens de transport (chemins de fer, transports routiers, transports aériens et transports maritimes) ne font que renforcer l'accueil bienveillant que la région réserve aux nombreux produits sur le marché.

Les produits de la pêche

La consommation du poisson aux États-Unis se limite généralement aux espèces de la région mais, comme Chicago peut recevoir facilement la marée du monde entier (O'Hare est l'aéroport qui a le plus grand nombre de vols internationaux directs), le Centre-Ouest a la chance de pouvoir apprécier la plus grande variété de produits aux États-Unis qui proviennent de l'océan, de la région, des rivières et des lacs et de l'aquiculture. Comme le poisson frais est très demandé et qu'il peut être transporté rapidement et facilement aux autres états du Centre-Ouest (47 millions d'habitants), il ne faut pas s'étonner si l'on appelle Chicago "la capitale des fruits de mer de la nation".

Chicago reçoit volontiers les produits canadiens. Toutes les espèces de nos côtes et de nos eaux douces sont achetées et commercialisées dans le Centre-Ouest. La livraison rapide est la garantie d'un produit exceptionnel et le fournisseur le plus éloigné de la ville peut renouveler les stocks en moins de 24 heures. Aussi, l'exportateur canadien doit-il remplir les mêmes conditions s'il désire réussir à Chicago. Il faut noter que les fournisseurs canadiens ont acquis une excellente réputation. Sur la place, on considère que les canadiens sont des commerçants justes et honnêtes et que les produits canadiens sont de bonne qualité. Les entreprises qui sont intéressées peuvent prendre contact avec des acheteurs américains par l'entremise du consulat. Au cours de réunions récentes, les intermédiaires américains (en particulier un distributeur de poisson surgelé, un distributeur de produits "prêts à servir", et un courtier en poisson frais et surgelé) ont révélé que la vente des produits canadiens était surtout entravée par l'insuffisance de l'approvisionnement et non par la demande ou le prix. Cette allégation a été confirmée lors d'une rencontre avec le Vice-président de "The Chicago Fish House", le grossiste le plus important en poisson frais, où il affirma que sa compagnie pouvait acheter à elle seule la totalité de la production canadienne. Toutefois, tous ne partagent pas ce point de vue car les courtiers et les distributeurs affirment que la popularité du poisson surgelé dans les supermarchés crée une demande plus volumineuse pour le poisson