

fait" et surtout pour les mélanges assaisonnées, en est certainement la cause.

### Les produits salutaires

Selon l'avis de nombreux consommateurs américains, les aliments fertilisés avec des engrais organiques sont les plus sains et 73 p.100 de la population américaine estime que cette façon de cultiver protège l'environnement. Ajoutez à cela, la préférence actuelle du consommateur pour les aliments à faible teneur en matières grasses et cholestérol, et la raison de la demande croissante pour les produits "salutaires" est évidente. Les sous-secteurs qui vraisemblablement augmenteront leur volume de production et de vente sont: les yaourts maigres glacés, les fromages et les desserts à faible teneur en matières grasses, les repas surgelés, les "entrées" et les vinaigrettes.

Les enquêtes montrent que vu leur penchant pour les aliments à faible taux de matières grasses et cholestérol ainsi que les régimes à haute teneur en fibres, les consommateurs américains achèteront davantage de produits diététiques et salutaires en 1995. Cependant, d'autres enquêtes indiquent que la saveur est toujours le facteur prépondérant qui influence le choix du consommateur. L'Association nationale des restaurateurs a publié récemment un bulletin où il est fortement conseillé aux membres de l'association d'ajouter davantage de légumes à leur menus.

Étant donné les nouvelles exigences de la FDA (Federal Drug Administration) qui régulent l'étiquetage, les fabricants devront user avec prudence les termes qui font référence à ce nouveau penchant, en particulier le mot "léger" (cf. la section sur l'étiquetage pour tous renseignements utiles à cet égard).

### Les denrées alimentaires kascher

Le marché des années 1990 est prometteur dans cette catégorie. Les caractéristiques de qualité, de pureté et de santé que l'on attribue aux produits kascher correspond aux désirs du consommateur soucieux de sa santé. Les aliments kascher ont la réputation d'être

excellents à cause des exigences sévères de contrôle.

### L'épicerie fine

Le secteur "épicerie fine" de l'industrie est florissant. Il repose sur le principe que le consommateur payera le prix fort si le produit se distingue des autres par son goût, son aspect ou toute autre caractéristique.

Les vinaigrettes et les sauces sont particulièrement en hausse surtout les sauces de faibles calories ou dont les ingrédients sont recherchés et différents. Les prédictions indiquent un accroissement continu dans la vente des condiments de luxe jusqu'à 389 millions de dollars en 1993, et 6 milliards de dollars en l'an 2000.

En outre, le marché des confitures est encourageant. Lorsque le fabricant prétend que ses produits ne contiennent aucun additif alimentaire (agent de conservation, couleur ou essence artificielle, édulcorant), il ajoute un cachet contemporain à l'intégrité des ingrédients qu'il utilise.

Les analystes de l'industrie prédisent un taux de croissance annuel de 3,5 p.100 pour la totalité de ce marché y compris les gelées et, par conséquent, le chiffre d'affaires arrivera à 920 millions de dollars en 1995.

Selon Frost et Sullivan, le secteur de la confiserie de luxe augmentera son chiffre d'affaires jusqu'à 1,6 milliards de dollars en 1993, avec le chocolat en tête de file. Le taux de croissance annuel du marché des bonbons au détail serait de 4 p.100 et devrait atteindre un niveau de 16,8 milliards de dollars en 1995.

Étant donné la mode actuelle, l'eau minérale continuera à étancher la soif du consommateur averti qui prend soin de sa santé. Toutefois, le marché est peut-être arrivé à satiété et la vente des boissons "nouvelle ère" devrait ralentir.