

qualité. Aussi, le merlan de l'Antarctique, un poisson blanc et doux au goût, est vu comme un poisson pouvant très bien remplacer l'hoglostète orange.

De plus, les producteurs de saumon coho d'élevage voient le marché américain comme un important débouché. L'association des éleveurs de saumon du Chili ("Association of Chilean Salmon Farmers") a monté un des kiosques les plus frappants à l'exposition de Boston. Le stand de couleur turquoise servait de toile de fond aux gros spécimens de saumon coho montés individuellement sur les murs du stand. Des employés en uniforme de la compagnie aérienne chilienne "Lan Chile" accueillaient le public et distribuaient des trousseaux de promotion sur le saumon. Le fait de mettre en valeur le produit et le principal transporteur du produit vers les marchés constituait une nouvelle approche en matière de promotion du saumon.

Nouvelle-Zélande

La Nouvelle-Zélande a participé à l'exposition de Boston sous le thème "les meilleurs naturellement" ("the best-naturally"). Le stand regroupait neuf entreprises représentant les principaux exportateurs néo-zélandais, qui exploitent tous des entreprises totalement intégrées ayant des activités de prise, de transformation et de commercialisation. La promotion était surtout axée sur les poissons de fond associés à la Nouvelle-Zélande comme l'hoplostète orange, le dory oreo et le hoki. Le stand faisait surtout la promotion de la très grande qualité du produit, lequel est généralement congelé en mer. Les documents de promotion mettaient également en lumière le potentiel d'approvisionnement à long terme qu'offre la zone économique exclusive de la Nouvelle-Zélande.

À l'exposition de Boston, la Nouvelle-Zélande a cherché à stimuler l'intérêt des acheteurs pour le hoki, une importante espèce sous-exploitée qui a une chair blanche et est douce au goût un peu comme la morue de l'Atlantique et l'aiglefin. Le hoki est la plus importante espèce commerciale de la Nouvelle-Zélande, les prises annuelles permises s'élevant à 200 000 tonnes. Malgré l'importance de la ressource, cependant, ce poisson est assez nouveau sur le marché, et son plein potentiel économique n'a pas encore été atteint.

D'importantes publicités sur le hoki ont été publiées dans les principales revues de l'industrie avant l'exposition. Il y a eu notamment un supplément de quatre pages qui a mis l'accent sur la valeur nutritive du hoki, sa versatilité au chapitre de la préparation des menus et son coût peu élevé par rapport à d'autres espèces. Des menus