

transformateurs et les distributeurs améliorent leurs techniques en vue d'assurer la sécurité du produit. Aux États-Unis, les études indiquent que les consommateurs de saumon ont généralement des revenus élevés et consomment plus de produits de la mer que la moyenne.

Dans la restauration, les cycles de planification à long terme sont à l'honneur. Ce secteur attend beaucoup des fournisseurs sur le plan de la confiance, de la constance du rendement, de l'uniformité et de la qualité du produit et de la continuité de l'approvisionnement dans le cas des grandes quantités. Il est souvent plus facile que dans le commerce de détail d'assurer la stabilité des prix bien que le prix reste le facteur clé. L'apparence semble revêtir moins d'importance que dans le commerce de détail. Il semblerait aussi que le saumon d'élevage soit perçu comme étant plus frais que le saumon sauvage même si ce dernier reste préféré sur certains marchés à cause de sa couleur. La restauration dépend énormément des distributeurs pour la qualité et change rapidement de sources d'approvisionnement s'il y a problème à cet égard.

Dans le commerce de détail, la présentation passe avant tout. Il faut un personnel de vente bien formé et bien renseigné ainsi que des aides à la vente (matériels de point de vente, démonstrations en magasin). Les détaillants exigent le meilleur et veulent tout savoir sur le produit, par exemple, d'où il vient, quand et où il a été récolté, comment il a été manutentionné et transporté, etc. Les comptoirs de poisson frais ne sont presque jamais rentables, mais ils servent à montrer que le détaillant attache de l'importance à la fraîcheur et à la qualité. Aux États-Unis, le saumon est l'espèce de poisson dont la consommation par habitant augmente le plus rapidement suivi de la barbote, de la crevette et du surimi. De nouveaux produits comme la tilapie d'élevage commencent à trouver preneur.

## **6. ÉLÉMENTS D'UNE STRATÉGIE D'EXPORTATION**

\* Il faut commencer par cibler des marchés d'exportation, des pays et(ou) des groupes de consommateurs. En matière d'exportation, l'industrie du saumon d'élevage de la côte est s'intéresse presque exclusivement aux États-Unis. Beaucoup plus diversifiée, celle de la côte ouest s'intéresse surtout, en ordre d'importance, aux États-Unis, au Japon et à l'Europe, mais aussi à l'Australie, à la Nouvelle-Zélande et à d'autres pays de la ceinture du Pacifique. En outre, elle vend du poisson en conserve sur un très grand nombre de marchés. Il y a des marchés naissants comme le Mexique qui sont susceptibles d'intéresser les producteurs des deux littoraux. Le Service des délégués commerciaux du ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur peut suivre l'évolution des marchés étrangers et fournir en temps utile des informations commerciales à l'industrie canadienne.