

les Pays-Bas, la Grande-Bretagne, les États-Unis et la Belgique. Le contingent étranger constituait environ 70 % des participants à la foire.

### États-Unis

Les 250 exposants américains formaient le groupe le plus important de tous les pays non membres de la CE. Les visiteurs à ANUGA ont pu découvrir une gamme complète des produits et de boissons américains exposés sur une surface de 2 000 mètres carrés. Les produits et les présentations étaient accompagnés du slogan "America is (s) T Qualitat" ("l'Amérique, c'est la qualité et c'est ce qu'elle consomme"). Une exposition américaine distincte de produits de la mer permettait aux visiteurs de découvrir la grande diversité de ses poissons et de ses fruits de mer. Le hall des États-Unis offrait des produits, des nouveautés et des renseignements aux visiteurs appartenant à tous les secteurs du commerce de l'importation et du détail. L'étalage américain était conçu de manière à assurer la "circulation continue" des visiteurs, ce qui permettait à ceux-ci de passer devant tous les exposants avant de sortir. Les États-Unis avaient habilement utilisé des drapeaux, des bannières suspendues au plafond et des tentures pour créer une impression de qualité.

La diversité des produits alimentaires offerts par les États-Unis a inspiré l'organisation de la campagne "Eat & Drink American" ("Mangez et buvez américain") qui est une entreprise unique en son genre, alimentée conjointement par quatre groupes agricoles américains régionaux qui interviennent par l'intermédiaire d'un centre de coordination des promotions basé à Anvers. Ce centre favorise la vente de produits alimentaires américains en Europe en offrant des programmes supérieurs de promotion spécifiquement conçus pour mettre en vedette un produit ou groupe de produits dans des magasins et des supermarchés.

### Grande-Bretagne

La Grande-Bretagne était représentée par un nombre record d'exposants - 108 kiosques de plus de 150 sociétés de tous les secteurs de l'industrie des produits alimentaires et des boissons. Le pavillon britannique voisinait avec le pavillon national canadien, comme cela avait été le cas à ANUGA '87.

La Grande-Bretagne exposait un certain nombre de produits nouveaux, dont certains bénéficiaient de la toute dernière technologie du conditionnement des produits alimentaires, et sa large gamme de confitures, d'aliments ethniques, de céréales pour le petit déjeuner. Elle exposait également la nouvelle technologie des "sachets Doy" qui permet