

Pour ce qui est de la vente au détail, les Groënlandais n'ont pas l'intention de s'intéresser aux produits réfrigérés. Ils se montrent sceptiques vis-à-vis des repas surgelés tout préparés. Ils considèrent que ce genre d'activités exige des investissements colossaux en marketing et l'introduction de nouveaux produits tous les trois mois sur le marché. Ils sont conscients de l'intérêt que les Anglais, les Français, les Allemands, les Italiens et les Espagnols portent à ces produits mais ils continuent de favoriser la production de produits surgelés simples. La technique de l'irradiation leur semble bonne, mais ils doutent qu'il soit possible de convaincre les consommateurs européens.

Tendances futures

Compte tenu de l'importance de la crevette pour le Groënland, ce pays se préoccupe naturellement de savoir si le niveau de cette ressource pourra se maintenir. En outre, il s'inquiète de l'augmentation de la production mondiale de crevettes d'élevage de qualité supérieure et de meilleur goût, et craint que des pressions à la baisse ne s'exercent sur les prix d'ici quelques années. Le Groënland s'attend à ce que les pays d'Amérique du sud et de l'Extrême-Orient s'implantent bientôt sur le marché européen avec des prix d'appel très bas. Les premiers pays touchés seront l'Espagne, la France et l'Angleterre.

Le Groënland est convaincu que dans un tel contexte de concurrence, son seul espoir de maintenir son marché consiste à privilégier un produit de qualité supérieure provenant d'eaux non polluées. Il semble que des contacts officieux aient déjà été noués entre le Groënland et les îles Féroé,