

marché en ce qui concerne les portions surgelées, principalement aux États-Unis. Parmi les nouveaux produits présentés, se trouvaient une pâte de saumon fumé et un emballage pour la restauration consistant en des portions de 3 onces de poissons sans peau accompagnées d'un assortiment de sauces préparées.

Cette tendance vers une augmentation du nombre de produits de saumon prêts à cuire et prêts à déguster était également évidente chez Leica Fiskeprodukter, une petite entreprise qui se spécialise dans une ligne de produits gastronomiques. Leica exposait des emballages cadeaux de gravlax et d'autres emballages sur commande de saumon assaisonné et mariné de même que du saumon fumé tant chaud que froid et de la truite en divers emballages de consommation. Elle présentait également un rouleau de saumon cuit surgelé et un rouleau de saumon fumé préparé avec des oeufs. Ces dernières préparations sont présentées en portions uniformisées pour les établissements de restauration. Parmi les autres produits se trouvaient du caviar de saumon en tube, un pâté de saumon et du saumon tartare.

Le propriétaire de Leica, qui est une société intégrée verticalement, a expliqué que ces produits haut de gamme à prix élevé étaient en grande partie protégés contre les fluctuations de prix touchant les producteurs de produits de saumon. Le prix est d'importance secondaire par rapport à la qualité de la matière première, à la supériorité de l'emballage, à la variété des produits et au service. En même temps, les ententes de commercialisation à long terme et la continuité des approvisionnements prennent de plus en plus d'importance en ce qui concerne l'efficacité de la commercialisation.

Le Conseil de commercialisation des poissons pélagiques, qui s'occupe de la promotion générale d'espèces telles le hareng, le