

Clearwater lance un produit du homard en Europe

La chair de homard crue, décortiquée et congelée est la toute dernière création de l'entreprise néo-écossaise **Clearwater**, qui est le plus grand exportateur de homards vivants dans le monde et qui a su s'imposer en élargissant tant sa gamme de produits que le marché des produits de fruits de mer courants.

Auparavant, la seule façon d'obtenir de la chair de homard crue était d'acheter des homards vivants. Cependant, étant donné le temps nécessaire à la cuisson et au décorticage du homard, de même que les frais de cuisson, de décorticage et d'entreposage et l'importance des pertes, les chefs hésitaient à intégrer le homard à de nombreux plats et à le servir dans des grands banquets.

Les ambassades du Canada à Bruxelles, Copenhague, Stockholm et Oslo se sont récemment jointes à Clearwater pour organiser des démonstrations de ce nouveau produit auprès de chefs de haut niveau ainsi qu'auprès d'importateurs et de distributeurs de fruits de mer des marchés belge, danois, suédois et norvégien. Ces démonstrations ont eu lieu après le lancement officiel de ce produit, organisé conjointement par Clearwater et l'ambassade du Canada à Paris cette année.

Les chefs cuisiniers, les importateurs et les distributeurs ont pu découvrir de première main ce produit, qui a été apprêté de diverses façons par le chef cuisinier de Clearwater, M. Stephan Czapalay. Les démonstrations gastronomiques permettent de lancer un nouveau produit auprès d'une clientèle très ciblée beaucoup plus facilement que dans le cadre d'une foire commerciale classique. Ces démonstrations, dans le cadre desquelles on a utilisé du homard, des crevettes, des pétoncles, des bières et des vins canadiens, ont fait la preuve qu'il est possible d'allier des boissons et des aliments canadiens de grande qualité à des plats représentatifs de la cuisine d'autres régions du monde.

« La créativité des chefs cuisiniers s'éveille à la vue de ce produit; ils songent à toutes les nouvelles applications qui s'offrent désormais à eux, affirme

M. Bernard Léger, directeur des ventes chez Clearwater Europe. Ce produit a été créé pour satisfaire aux exigences des clients qui désirent utiliser le homard dans de nouvelles recettes, de façon abordable et pratique. Le homard en carapace, ajoute-t-il, est un produit très luxueux, mais il existe peu de façons de le servir. Ce produit élargira donc considérablement



Shirley Wolff Serafini, ambassadrice du Canada en Norvège, assiste à la présentation du homard de Clearwater, en compagnie (de gauche à droite) de Jaakko Komulainen de Clearwater Europe, de Georges Lemieux, conseiller commercial à l'ambassade du Canada à Oslo, de Stephan D. Czapalay, chef cuisinier de Clearwater, et de Tore Wannebo de Wannebo International.

Salon vestimentaire de Chicago : nouvelle date

CHICAGO, ILLINOIS — Le salon **Women's Apparel Rep Locator** se tiendra deux jours plus tôt, c'est-à-dire du **17 au 20 mars 2005**. Si votre entreprise de vêtements féminins cherche à pénétrer le marché américain, ne ratez pas ce salon très stimulant. Ce sera pour vous l'occasion d'assister à une séance d'information approfondie, de présenter vos collections et de vous entretenir avec des représentants locaux.

Pour de plus amples renseignements, tapez www.chicago.gc.ca et cliquez sur « Faire affaire aux États-Unis » ou communiquez avec Ann F. Rosen, consulat du Canada à Chicago, tél. : (312) 327-3624, courriel : ann.rosen@international.gc.ca.

les horizons des chefs cuisiniers. Nous sommes très heureux de constater que ce produit sera très convoité lorsqu'il sera mis en marché. »

De plus en plus de fournisseurs canadiens de fruits de mer accordent un intérêt nouveau au marché européen, dont la demande de fruits de mer a toujours été élevée et dont l'offre est en recul. Les préférences alimentaires des Européens et leurs revenus élevés assureront la réussite des fruits de mer canadiens de qualité sur ce marché.

Renseignements :
www.clearwater.ca

Mars 2005

Les engagements de l'Europe sur le plan environnemental : une source de débouchés pour le Canada



Avec l'entrée en vigueur du protocole de Kyoto, le 16 février 2005, et l'adoption des directives et engagements environnementaux de l'Union européenne (UE), les entreprises canadiennes du secteur de l'environnement auront l'occasion de tirer parti des multiples débouchés créés par l'obligation, instituée en Europe, d'adopter des technologies, des services et des produits novateurs et écologiques.

Le présent supplément donne un aperçu du marché des produits et services environnementaux en Allemagne, en Italie, en Suisse, en Hongrie, en Pologne, en République tchèque, en Irlande et dans les pays nordiques, en privilégiant certains segments importants de ce marché.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les industries environnementales en Europe ainsi que des études de marché et des bulletins d'information à ce sujet, veuillez consulter le site Web du Service des délégués commerciaux du Canada (<http://www.infoexport.gc.ca/ie-fr/IndustrySector.jsp>) ou communiquer avec l'un des délégués commerciaux mentionnés ci-après.