

Le Groupe Tengermann, le plus important détaillant ouest-allemand, a organisé une réception et une réunion avec les exportateurs canadiens dans le but de présenter les grandes lignes des projets prévus dans le cadre de la Semaine du Canada, qui devrait se tenir du 1^{er} au 13 octobre 1990. La réunion elle-même a attiré 190 personnes incluant les sociétés canadiennes, les agents de commerce fédéraux et provinciaux et les gérants des magasins du Groupe Tengermann.

La manifestation, qui sera appuyée par Affaires extérieures, se déroulera dans 65 magasins d'une filiale Tengermann dont les activités sont concentrées sur des produits se situant au milieu de la gamme des prix. Ces magasins ont un chiffre d'affaires de 2,5 milliards DM et une superficie moyenne de 2 000 à 5 000 mètres carrés. Le Groupe Tengermann possède plus de 3 500 points de vente au détail en Allemagne, et cette promotion est une occasion unique pour les sociétés canadiennes de percer l'énorme marché de détail allemand.

Cette promotion devrait porter sur environ 100 produits alimentaires canadiens. On s'attend à ce que les produits de poisson occupent une place prééminente. Chaque nouveau magasin Tengermann possède une section conçue spécialement pour la poissonnerie, et l'on met un accent particulier sur les espèces chères comme les crustacés.

Les agents de commerce de nombreuses missions canadiennes en Europe ont également visité l'exposition afin de reprendre contact avec les sociétés canadiennes et de partager l'information sur les questions commerciales avec leurs collègues d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC) et d'autres ministères des gouvernements fédéral et provinciaux. Les agents de commerce ont été réunis par AECEC pour le briefing annuel effectué par le ministère sur les questions courantes et la situation dans le secteur de l'agriculture, des pêches et des produits alimentaires. Il s'agit du sixième briefing annuel, lequel constitue maintenant