

graphisme et l'étalage des produits constituaient une amélioration par rapport aux années précédentes. Un élément négatif a été la perte d'une partie des éléments graphiques et des échantillons d'une société pendant l'expédition depuis le Canada. La présence canadienne au SIAL était aussi appuyée par un guide de l'exposant intitulé "Un petit goût de Canada/A Taste of Canada".

Notre véritable succès au Salon se mesure par les ventes - quelque 10 millions \$ pendant l'exposition, 44 millions \$ de ventes prévues et environ 800 demandes de renseignements. Ces chiffres sans précédent pour le SIAL équivalent à nos résultats à l'ANUGA 87, qui a reçu deux fois plus de visiteurs que le SIAL.

Les exposants canadiens au SIAL et à l'ANUGA suivent la pratique des autres pays qui consiste à présenter de nouveaux produits. Au SIAL '88, la Canada Packers International de Toronto (Ontario) a présenté pour la première fois du saumon cultivé dans la région atlantique. Au même stand, on présentait également un assortiment de produits du homard spécialement emballés et destinés au secteur des services d'alimentation. De même, Clearwater Fine Foods Ltd de Halifax (Nouvelle-Écosse) présentait une nouvelle gamme de crustacés (notamment du homard, des pétoncles et des mactres) emballés sous vide et destinés au secteur de la vente de détail.

Outre l'exposition proprement dite, le SIAL a été le centre d'une semaine intense d'activités et de réceptions qui ont servi à souligner l'importance croissante que les Canadiens attachent au SIAL et à l'ANUGA pour illustrer tous les aspects de la promotion commerciale et de la coopération industrielle dans le secteur de l'alimentation. Deux missions parrainées par le gouvernement fédéral ont visité le Salon. Une mission sur la promotion des investissements dans les aliments congelés/refrigérés a organisé un séminaire qui a rassemblé un bon nombre d'investisseurs européens potentiels. Une mission de représentants fédéraux a également visité le Salon pendant sa tournée d'un certain nombre de villes européennes pour examiner la législation sur les additifs alimentaires.

Des agents commerciaux de plusieurs missions du Canada en Europe ont également visité le Salon pour renouer contact avec les sociétés canadiennes. Les agents étaient accompagnés de représentants des Affaires extérieures, d'Agriculture Canada et du ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie pour la séance d'information annuelle que donne le MAE sur les questions touchant les secteurs de l'agriculture, des pêches et de l'alimentation. Cette séance d'information, qui en était à sa cinquième