

filets au Japon, des dos d'aiguillat dans le marché asiatique et des ailes de requin fraîches à Hong Kong).

Il faudra aussi, en collaboration avec les Directions générales géographiques d'AECEC, en arriver à mieux présenter les espèces non traditionnelles, par le biais d'un matériel descriptif et promotionnel générique à employer lors des principales foires des pêches et de l'alimentation.

Il n'en demeure pas moins que la plupart des espèces non traditionnelles énumérées dans les annexes ne pourront atteindre à la rentabilité commerciale sans que l'on ne réalise des études de marché adéquates, ne perfectionne les produits et ne les soumette à des essais complets, le tout suivi d'activités de promotion collective ou de publicité axées sur les entreprises ou les marques.

7.3 PLAN DE TRAVAIL

En règle générale, les missions devraient, lors de leurs activités de promotion et particulièrement dans leur participation à des foires commerciales, chercher à mieux faire connaître les espèces non traditionnelles.

L'exercice 1992-1993 a vu la réalisation d'une tâche essentielle, à savoir la mise au point, de concert avec l'Association canadienne des exportateurs de poisson, de fiches de renseignements sur six espèces. Ces feuillets ont été encartés dans la publication SEAFOOD CANADA et distribués aux missions. Les renseignements donnés à ces dernières au cours de la même année avaient pour but d'amener les délégués commerciaux à mieux connaître les caractéristiques de leur marché, pour qu'ils en informent leurs clients. Le Secrétariat de la liaison sectorielle continuera d'oeuvrer en étroite collaboration avec l'Association canadienne des exportateurs de poisson, grâce aux subventions versées à SEAFOOD CANADA dans le cadre du Programme d'adaptation des pêches de l'Atlantique; ce périodique s'ajoute aux moyens actuellement disponibles de diffuser de l'information au sujet de la multitude d'espèces non traditionnelles vendues dans le marché international.

Au cours de l'exercice 1993-1994, on compte préparer, de concert avec une association sectorielle d'envergure nationale, une demande de financement étalé sur plusieurs années dans le cadre du PDME, afin de poursuivre la collection des fiches de renseignements destinées à la clientèle et aux délégués commerciaux, en y ajoutant des espèces indigènes aux deux littoraux; on attend à cette fin la participation d'autres ministères fédéraux et d'associations d'exportateurs de poisson. Les missions seront incitées à prendre des clichés de la présentation et de la publicité relatives aux espèces de poisson dans leur territoire, de manière que l'industrie canadienne puisse les imiter, dans le but d'assurer un meilleur accueil aux produits canadiens proposés comme substituts. Les espèces canadiennes seront présentées comme étant des variétés exotiques de premier choix, plutôt que des produits de remplacement peu chers. Ce projet s'adressera à des marchés cibles particuliers.

La publication trimestrielle Seafood Canada est l'oeuvre de l'Association canadienne des exportateurs de poisson et elle est remise aux bureaux commerciaux canadiens à l'étranger, qui y trouvent des renseignements récents sur les approvisionnements canadiens à l'intention des importateurs, détaillants et acheteurs de services alimentaires du monde entier. AECEC s'est engagé à