

dans les hôtels de tourisme et les restaurants spécialisés dans les buffets; on le vend aussi dans les magasins à rayons. Mentionnons qu'environ 97 p. 100 du saumon congelé importé en Corée du Sud se retrouve dans les fumoirs locaux. Les importateurs sud-coréens préfèrent le saumon kéta et sockeye de 6-9 livres, étêté et éviscéré, importé dans des boîtes en bois ordinaires de 50 ou 100 livres. Une petite quantité de saumon congelé importé est vendue en tranches en emballages de 2 à 4 livres ou de 6 à 9 livres, pour la préparation de soupe ou de darnes de saumon.

En Corée du Sud, les ventes de saumon culminent au mois de décembre pour atteindre leur plus bas niveau en juillet et août. On trouve au pays trois fumoirs agréés, mais la majorité des grands hôtels possèdent leurs propres installations. Les nom et adresse des importateurs de saumon frais et des entreprises de fumage sont fournis plus bas.

Comme le saumon frais est consommé presque exclusivement dans les milieux aisés, les importateurs sud-coréens le distribuent en général directement aux hôtels et restaurants japonais. À l'exception de la société **Jeil Refrigerating** qui possède cinq bureaux de vente dans les principales villes du pays, le saumon fumé est distribué directement aux hôtels, aux restaurants spécialisés dans les buffets, aux maisons de distribution pour les hôtels et aux poissonneries de qualité dans les principaux marchés de poisson. Le saumon congelé tranché offert en emballages de 2 à 4 livres et de 6 à 9 livres est vendu principalement dans les magasins à rayons et les supermarchés. Les agents et distributeurs paient actuellement le saumon fumé environ 21,42 \$ CAN le kilogramme; dans les magasins à rayons, on le vend 55,55 \$ le kilogramme. Pour ce qui est des darnes de saumon, les distributeurs paient 7,93 \$ le kilogramme, par rapport à 19,04 \$ dans les supermarchés. Le saumon frais est vendu aux hôtels et restaurants au prix de 23,80 \$ le kilogramme.

Le saumon n'est pas une espèce de poisson très répandue en Corée, même qu'il y a encore de nombreux Coréens qui n'y ont jamais goûté. Le gouvernement coréen impose un droit de 20 p. 100 sur le saumon frais ou réfrigéré et un droit de 10 p. 100 sur le saumon congelé, mais cela ne constitue pas un obstacle important à l'augmentation des ventes de saumon. Les habitudes de consommation changent rapidement pour certains produits alimentaires comme les hamburgers, les saucisses et les frites, notamment chez les jeunes Sud-Coréens, mais ces changements ne s'effectuent pas aussi rapidement en ce qui concerne les produits de la pêche. Étant donné que la quasi-totalité du saumon consommé au pays est importé, les consommateurs s'imaginent qu'il est beaucoup plus cher que les espèces locales. Les principaux pays fournisseurs, comme le Canada et les États-Unis, doivent s'efforcer d'organiser des campagnes de promotion de manière à changer la perception des consommateurs sud-coréens face au saumon et à étendre ainsi leur part de marché. Selon des importateurs sud-coréens, l'État de l'Alaska a tenu en septembre une importante campagne de ce genre. De plus, grâce à la plus grande vogue des voyages internationaux, une nouvelle génération de consommateurs sud-coréens a pu goûter à divers produits du saumon.

Le Canada a réussi à maintenir une très bonne image en Corée du Sud en ce qui a trait à la qualité de son saumon, mais les importateurs sud-coréens se plaignent que le prix au kilo du saumon congelé est d'environ 0,20 \$ US plus élevé que les produits du saumon importés d'Alaska. Les fournisseurs canadiens doivent continuer à maintenir les normes de qualité actuelles tout en offrant leurs produits à des prix raisonnables et envisager d'organiser diverses activités promotionnelles : créer de nouveaux menus ou recettes en vue de les distribuer aux hôtels, restaurants et consommateurs par l'intermédiaire des importateurs ou des magasins à rayons; organiser des séminaires prévoyant des démonstrations sur les différentes méthodes de cuisson du saumon; organiser des promotions en magasin en collaboration avec les importateurs sud-coréens; distribuer des brochures et des affiches sur le saumon et axer leurs efforts de vente sur les groupes de touristes sud-coréens, les