

## OBSERVATIONS

L'information envoyée par nos missions confirme qu'il existe des perspectives intéressantes de vente pour les exportateurs canadiens de saumon sur de nombreux marchés étrangers. Or, pour tirer profit de ces perspectives, il est évident que nous devons accorder une plus grande attention aux exigences et caractéristiques particulières de ces marchés. Nos stratégies doivent donc être davantage axées sur la clientèle. En plus de miser sur les points forts du Canada, comme la qualité du produit, nous aurions intérêt à tenir compte des messages et des suggestions que nous communiquent nos missions. À cet égard, et à titre illustratif uniquement, voici un certain nombre d'observations utiles :

**SENSIBILISATION DES CONSOMMATEURS** - Les consommateurs sur certains marchés asiatiques ne sont pas vraiment conscients du fait que le saumon est une espèce bien précise. En outre, le saumon est considéré comme un article de luxe par la plupart des consommateurs asiatiques, qui s'imaginent donc qu'il est hors de prix.

**CONSOMMATION SAISONNIÈRE** - On assiste traditionnellement à une augmentation considérable de la consommation de saumon pendant les fêtes de Noël et de Pâques sur de nombreux marchés européens. Les initiatives de promotion pourraient s'articuler en fonction de ces deux périodes.

**TAILLE DES ENVOIS** - La taille de bien des entreprises de fumage du saumon demeure relativement modeste dans certains pays. Sur certains marchés, par conséquent, les petites entreprises de fumage se sont tournées vers les exportateurs étrangers de saumon qui pouvaient leur livrer des conteneurs incomplets.

**IMAGE DU CANADA** - Nombre de nos missions ont signalé que les produits du saumon du Canada ne jouissent pas d'une image distincte sur leurs marchés. Il conviendrait donc que les activités de commercialisation dans l'avenir présentent une image originale du Canada fondée sur la qualité et la régularité de l'approvisionnement. Le recours à des étiquettes de branchie, à des boîtes d'emballage de produit nettement identifié comme canadien ou à d'autres symboles particuliers au Canada pourrait aider à promouvoir l'industrie canadienne.

**SEGMENT DES SERVICES ALIMENTAIRES** - Le débouché le plus sûr à l'échelle internationale pour le saumon de première qualité est encore le secteur des hôtels et des restaurants - au service surtout de l'industrie touristique. Les efforts de commercialisation du saumon, à l'avenir, devraient inclure des séminaires à l'intention des chefs et des cuisiniers du secteur hôtelier et de la restauration. Plus généralement, il conviendrait que ces activités visent expressément les sous-secteurs de l'industrie susceptibles d'accroître la part canadienne du marché.

**MATÉRIEL PUBLICITAIRE** - Bon nombre des bureaux du commerce du Canada ont signalé l'opportunité de disposer d'un meilleur matériel publicitaire pour aider à accroître la part canadienne du marché. Il importerait que les exportateurs de saumon assurent un approvisionnement continu et divers d'articles publicitaires à utiliser par l'industrie, les pouvoirs publics et d'autres parties intéressées par le saumon, sous forme d'affiches, de brochures, d'épinglettes, de documents d'information et de fiches de recettes.