

# L'UNIVERS DES FOIRES COMMERCIALES

## Le «Tokyo International Seafood Show» recrute

**Tokyo** — Les entreprises désirant profiter de l'ouverture et des changements radicaux du marché japonais des produits de la mer, le plus gros au monde, *devraient réserver dès maintenant leur espace* dans le pavillon national du Canada, établi pour le **Tokyo International Seafood Show** du 13 au 15 juin 1995.

À la foire de l'an dernier, les entreprises de la Colombie-Britannique et de l'Atlantique canadien mettaient en vedette les saumons, les oeufs de hareng, les produits de homard, la mactre de Stimpson (Hokkigai), le crabe des neiges, etc.

En 1994, plus de 13 000 acheteurs et agents ont visité les 223 compagnies des 21 pays exposants. Ces entreprises sont déjà bien établies sur le marché japonais.

Leurs liens avec leurs partenaires japonais sont étroits et souvent de longue date. Pourtant, elles n'ont pas hésité à être pro-actives, à venir sur le marché, à présenter leur savoir-faire et à promouvoir leur produits, nouveaux comme traditionnels.

Ils connaissent l'importance du contact direct avec le marché japonais pour promouvoir produits et entreprises, obtenir l'information de première source et assurer le développement des exportations.

Bien plus qu'une simple foire commerciale, *votre participation au Tokyo International Seafood Show représente un investissement pour votre entreprise.*

Pour réserver un espace à la foire en 1995 ou pour renseignements, communiquer avec G. Daniel Caron, direction de l'expansion du commerce avec le Japon, MAECI, Ottawa. Fax : (613) 943-8286.

## «Taste of Canada» aux Philippines

**Manille** — Vous êtes invité à participer au grand événement promotionnel **A Taste of Canada**, du 17 au 21 octobre 1994. Il vise à promouvoir les produits alimentaires canadiens en vue d'exploiter l'un des marchés les plus dynamiques pour les aliments transformés et les boissons.

Des présentations seront organisées dans les grandes chaînes de supermarchés de Manille, marché le plus influent des Philippines. Il y aura une exposition de produits au Westin Philippines Plaza et un festival gastronomique de mets et produits typiquement canadiens aux restaurants de cet établissement.

### Présentations dans les supermarchés

Trois des plus grandes chaînes de supermarchés des Philippines présenteront des produits alimentaires canadiens actuellement disponibles dans le commerce à Manille. Duty Free Philippines, l'un des plus grands magasins hors-taxe du monde et très influent dans le marché local, aménagera des étalages réservés aux produits canadiens.

### Salon gastronomique

Une exposition de cinq jours se tiendra au Westin Philippines Plaza et mettra en vedette des sociétés canadiennes qui cherchent à s'implanter aux Philippines et d'autres ayant déjà pignon sur rue. Les trois premiers jours, le salon ne sera ouvert qu'aux importateurs, aux distributeurs, aux directeurs de la restauration des hôtels et des restaurants, aux acheteurs des supermarchés et autres responsables des achats. Les deux derniers jours, le salon sera ouvert au

public et présentera un marché international où les visiteurs pourront se procurer les produits présentés.

### Festival dans les restaurants

Du 17 au 30 octobre, certains restaurants au Westin Philippines Plaza participeront à un festival gastronomique et proposeront des produits canadiens tels le boeuf albertain, le saumon du Pacifique et le homard de l'Atlantique. Un directeur général, un chef de cuisine et un directeur de la restauration canadiens encadreront le personnel de l'hôtel.

Si vous décidez de participer, un emplacement vous sera réservé; vous bénéficierez d'un tarif spécial d'hébergement au Westin Philippines Plaza; vous pourrez rencontrer des importateurs et des distributeurs locaux en tête-à-tête; le nom de votre société apparaîtra dans les communiqués de l'ambassade.

Le conseiller (Affaires commerciales) à l'ambassade de Manille a déclaré : «J'ai 30 ans d'expérience dans le secteur et, en toute honnêteté, voici une occasion qu'une entreprise ne doit pas laisser passer. Un marché florissant se développe aux Philippines. Au cours de la prochaine décennie, 65 millions de Philippines, qui pendant vingt ans n'ont pu assouvir leurs désirs de consommation stimulés jour après jour par la télévision, vont donner naissance à un pays de Cocagne pour les producteurs de biens de consommation.»

Veillez contacter Pamela Hay, bureau des Philippines, MAECI, Ottawa, tél. : (613) 995-7659, ou Alan Dacanay, agent commercial, ambassade du Canada à Manille, fax : 63-2-810-8839.