

## LES CONCURRENTS

Les foires commerciales sur les produits de la pêche sont souvent l'occasion pour les pays de fournir un effort collectif pour organiser un stand d'exposition ou d'information national. Lors de *SEA FARE INTERNATIONAL 1992*, le **Canada** était représenté par un stand national très coloré. Avec la couleur rouge en arrière-plan, les représentants distribuaient aux visiteurs de pratiques sacs de magasinage aux couleurs du pays. Le stand était animé par des représentants des provinces, un agent commercial du **consulat général à Los Angeles** et des représentants de nombre d'entreprises privées. Bien que les occasions de déguster des produits canadiens au stand aient été peu nombreuses, un représentant courtois était posté à chaque élément d'exposition. Les gouvernements d'autres pays et des États américains avaient coordonné leurs efforts pour l'exposition; vous trouverez ci-après une description des concurrents des exportateurs canadiens.

### **ALASKA SEAFOOD MARKETING INSTITUTE/ALASKAN SHELLFISH GROW. ASSOC.**

Ces deux organismes, qui avaient combiné leurs efforts pour aménager un stand de très grande qualité, offraient un étalage professionnel extrêmement attrayant pour les visiteurs. L'exposition était agréable à l'oeil avec ses garnitures décoratives et ses éléments de promotion du dernier cri. Des produits frais étaient exposés sur glace, des bandes vidéos étaient présentées et un chef préparait différents plats avec les poissons et fruits de mer pêchés en Alaska. Cinq à huit représentants répondaient aux questions des visiteurs, l'accent étant mis sur le crabe royal et le saumon. Les visiteurs pouvaient déguster du crabe et des hamburges au saumon.

### **CALIFORNIA SEAFOOD COUNCIL**

Moderne exposition d'État axée sur l'éducation et la promotion de l'industrie des pêches en Californie et les poissons et fruits de mer de la région. Des produits frais étaient exposés à l'avant du kiosque, tandis que différents produits locaux étaient offerts en dégustation sur l'un des côtés. Deux représentants répondaient aux questions et distribuaient du nouveau matériel de promotion et d'éducation aux visiteurs intéressés. Parmi les produits à goûter, le *sandapes* était présenté comme un produit de qualité se prêtant à diverses utilisations par les services alimentaires.

### **OFFICE LOUISIANAIS DE PROMOTION ET DE MARKETING DES FRUITS DE MER**

Le stand de la Louisiane était décoré de néons et de photos promotionnelles. Des produits frais de la région étaient exposés et des fiches de recettes variées étaient offertes aux visiteurs. Ces derniers pouvaient aussi se procurer des dépliants les informant sur différents produits, comme les huîtres, le poisson-chat et les palourdes, ainsi que des fiches de promotion représentant différents plats à base de produits de la Louisiane, des répertoires de fournisseurs, des livres sur les produits, du matériel éducatif, des brochures et des affiches. Quatre représentants étaient présents pour répondre aux questions.