

L'exposition canadienne, qui simulait de façon intéressante un supermarché canadien, s'est révélée une véritable attraction. Les visiteurs ont mentionné que c'était la plus attrayante des 17 expositions nationales. La présentation canadienne s'est inspirée d'une approche nouvelle. En effet, les sociétés représentées ont été regroupées sous la bannière de cinq grandes associations commerciales: le Conseil national de l'industrie laitière du Canada, l'Association canadienne des distillateurs, le Conseil des viandes du Canada, le Conseil canadien des pêcheries et l'Association canadienne des manufacturiers de produits alimentaires. Selon M. Lumley, l'objectif était de prouver aux hommes d'affaires japonais la capacité de l'industrie alimentaire canadienne de fournir toute la gamme des produits alimentaires conditionnés.

Les participants canadiens ont été très encouragés par la réaction favorable du secteur commercial japonais, et de nombreux contacts importants ont été établis pendant ces cinq jours. M. Lumley a déclaré qu'il appartient maintenant aux représentants et agents de l'industrie de poursuivre vigoureusement les possibilités commerciales qui ont été identifiées.

Selon Harvey Wright, directeur exécutif de l'Association des exportateurs de produits de la mer de la C.-B., l'étalage de poissons canadiens a reçu une attention extraordinaire. Par exemple, le président d'une association commerciale japonaise représentant 25 000 "comptoirs-Sushi" a demandé des échantillons de poisson canadien pour une grande présentation à ses membres. M. Alex Moores de Harbour Grace (T.-N.), autre participant représentant l'Association canadienne des exportateurs de poisson, a confirmé que cette présence à Foodex permettra aux sociétés canadiennes d'exploitation du poisson d'accroître des ventes déjà considérables sur le marché japonais et d'exporter éventuellement d'autres espèces de poisson.

La faveur qu'a connue le boeuf canadien de qualité a été telle que le quota spécial pour l'exposition a été vendu en deux heures. L'exposition a également donné la possibilité d'améliorer encore la solide réputation des produits porcins canadiens. Les membres du Conseil des viandes du Canada ont également présenté divers produits carnés conditionnés qui ont suscité beaucoup d'enthousiasme et d'intérêt chez les acheteurs japonais.