

entreprises de transformation ont présenté des produits. C'était la première fois que ces sociétés participaient au salon et c'était la première fois que ces produits étaient présentés, mais les sociétés et les produits n'étaient pas des nouveaux venus dans l'industrie. Aucune technologie nouvelle et aucune nouvelle technique d'emballage n'étaient présentées dans cette section ou à Sea Fare cette année.

CONCLUSIONS

Sea Fare Southeast est un excellent tremplin qui permet à celui qui y participe pour la première fois de sonder le marché d'un produit et qui donne la possibilité, à celui qui y revient, de pénétrer le marché du sud-est des États-Unis. Le salon attire des intervenants de prestige qui, ordinairement, ne participent pas à de grosses foires commerciales et il permet de pénétrer de nouveaux marchés dans les Antilles et en Amérique latine. En participant à un salon régional de ce genre, les sociétés canadiennes ont l'occasion de rencontrer des acheteurs et elles peuvent se doter de réseaux de distribution dans d'autres territoires. En établissant de bons contacts en Floride, les exportateurs canadiens peuvent diversifier leurs débouchés commerciaux à l'extérieur des créneaux traditionnels et ils peuvent accroître leurs profits. L'enthousiasme des exposants canadiens et les retombées qu'ils comptent tirer du salon sont autant de facteurs qui devraient les inciter à revenir à Sea Fare Southeast.