

étaient regroupées sous "Shetland Seafood", l'insistance étant surtout mise sur le saumon cultivé. De même, la Scottish Salmon Farmers Association avait une présentation impressionnante. Toutefois, au contraire de ceux de la Norvège, les producteurs de saumon du R.-U. se sont montré peu intéressés à lancer des produits congelés ou préparés utilisant du saumon cultivé. Exception notable: la présentation de queues et de dardes de saumon congelées et emballées sous vide pour la vente de détail. Mark and Spencer (Canada) Ltd est un important acheteur de ce produit.

C'est Ross-Young qui a présenté le nouveau produit peut-être le plus inhabituel. La société a abandonné les entrées précuisinées et congelées en faveur des entrées cuites et réfrigérées. Cette technique développée au R.-U. utilise des matières premières de toute première qualité, la méthode de cuisson "flash" et le conditionnement sous atmosphère contrôlée. Les produits finals, qui utilisent de la viande et des produits de la mer, ont une durée de conservation de 5 jours et peuvent être préparés pour le repas en quelques minutes seulement. Les préparations sont des repas complets conçus pour le gourmet, créneau haut de gamme maintenant desservi par les fabricants d'entrées cuites et congelées. Ces produits, qui ressemblent beaucoup aux repas préparés à la maison, ont un temps de cuisson bien inférieur et une longue durée de conservation. On peut s'attendre à ce qu'ils révolutionnent les habitudes alimentaires du créneau-cible. Ross Young présentait aussi une large gamme de produits du poisson sautés, enrobés, réfrigérés et conditionnés sous atmosphère contrôlée.

CONCLUSION

Le SIAL '88 a été un grand succès pour nos fabricants d'aliments et de produits de la mer. Plusieurs ont exprimé le désir de participer à nouveau en 1990, et certains tenteront d'obtenir plus d'espace d'exposition.

Nos exportations de produits alimentaires et halieutiques en Europe ont dépassé 1 milliard \$ en 1987 (dont 433 millions \$ composés de poisson et de produits du poisson), stimulées par l'accroissement de la demande et par des taux de change favorables. Si la croissance du marché est limitée par des problèmes d'approvisionnement, le Canada souligne la haute qualité de ses normes et se concentre sur les produits à plus grande valeur pour s'assurer une part stable du marché.

Par leur participation qui s'accroît d'année en année, nos producteurs montrent que des salons alimentaires de catégorie mondiale comme le SIAL et l'ANUGA constituent