

mer que des organismes d'État comme le Maine World Trade Association qui faisaient la promotion de produits de régions particulières, des fabricants de bassins de pisciculture et des éditeurs de revues sur l'industrie du poisson et des fruits de mer.

Une seule société américaine a introduit un nouveau produit à la foire ANUGA. Aquatic Systems Inc. a présenté le bar rayé; ce produit avait obtenu une médaille d'or aux Olympiques culinaires en 1988. Le bar rayé est élevé en bassin dans de l'eau provenant d'un puits artésien, et la documentation a fait grand état de son environnement sans pollution.

SEAFOOD USA est présenté à la foire ANUGA depuis 1985, et l'on constate une amélioration appréciable tant de la qualité de l'exposition que des produits offerts. Les exposants américains semblent être particulièrement conscients de la nécessité d'utiliser des techniques de commercialisation faisant appel à l'imagination. Par exemple, il n'y avait pas moins de neuf bassins de poissons en exposition contenant une variété de produits notamment le homard, les palourdes, les anguilles et la truite d'élevage.

On avait également vu à ce que SEAFOOD USA apparaisse dans la publicité annonçant la foire dans les revues européennes traitant de l'industrie alimentaire, et un rapport spécial sur ANUGA 89 publié par l'ambassade des États-Unis à Bonn, présentait longuement chacun des exposants ainsi que des recettes pour certains des produits exposés. On y présentait également un aperçu du commerce des pêches entre les États-Unis et la RFA. En 1988, les exportations américaines de produits de la pêche vers l'Allemagne ont totalisé environ 10 millions \$ contre 49 millions \$ pour le Canada.