

dont la teneur en graisses est aussi faible), de 8 à 10 p. 100 dans le cas de la grande truite arc-en-ciel et de 12 à 14 p. 100 dans le cas du saumon de l'Atlantique élevé dans des bassins.

- Les oeufs de truite parvenus à maturation sont vendus au Japon sous le nom de sujiko ou d'ikura. Ils comportent une forte proportion de la valeur du poisson entier.

Le marché:

- Les marchés de la truite et du saumon sont différents. La hausse de la demande mondiale de saumon d'élevage et de saumon du Pacifique et la baisse de la demande japonaise (survenue au moment de la mort de l'empereur) se sont conjuguées au point où les marchés ont difficilement pu absorber une hausse globale de 20 p. 100 de la production de truites.

- La truite saumonée a connu des problèmes d'étiquetage en Europe, mais elle peut être substituée au saumon rouge au Japon. Cela ne peut toutefois se produire qu'en des occasions favorables, car il n'existe pas de pénurie de saumon rouge au Japon.

- Les marchés mondiaux de la truite arc-en-ciel sont très instables car, en Europe, le prix de la truite s'est aligné sur celui du saumon, de sorte que l'écart entre les deux est très faible en ce moment. Il existe toujours une différence à cet égard au Japon, mais elle pourrait dorénavant s'amenuiser.

**CONFÉRENCE SEAFOOD 90 - KYOTO**

**LE 14 MARS 1990**

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE: ORGANISMES DE SOUTIEN DES MARCHÉS**

**La législation sanitaire américaine - T. Billy, directeur du MNFS, États-Unis.**

Le programme américain HACCP est un programme relativement nouveau d'inspection auquel tous les organismes américains de réglementation participent et qui vise à signaler tout risque pour la santé susceptible d'être détecté aux divers points de contrôle névralgiques que doit subir l'industrie alimentaire. Ce programme vise donc à prévenir les problèmes et à prendre en charge les questions relatives à la sécurité, à la qualité et aux fraudes économiques. Ses objectifs sont d'améliorer le système d'inspection et d'assurer sur une base régulière une protection raisonnable aux consommateurs pour tous les produits, qu'il s'agisse de produits locaux, d'importations ou d'exportations. La démarche adoptée se veut pragmatique et met l'accent sur le rôle fondamental que doivent jouer les