

- La modification des habitudes de consommation des Espagnols représente des opportunités pour une vaste gamme de produits. Le poisson surgelé occupe une place de plus en plus importante. Les entreprises intéressées à exporter en Espagne devraient se rendre sur place et juger par elles-mêmes de ces opportunités.
- Le manque de connaissances qu'ont les Canadiens des besoins et des goûts locaux, d'une part et la segmentation et la sophistication remarquables du marché espagnol d'autre part constituent des obstacles sérieux.
- Les entreprises canadiennes doivent également étudier et imiter les techniques des exportateurs islandais, norvégiens, français et autres qui ont réussi sur le marché espagnol.
- Les entreprises canadiennes sont également encouragées à participer aux grands salons de l'alimentation, et notamment à Alimentaria qui se tient tous les ans à Barcelone. Le dernier salon a attiré 4,500 exposants et 500,000 visiteurs. Les personnes désireuses de visiter ce salon peuvent obtenir des subventions au titre du PDME.