

## POINTS SAILLANTS

1. Au cours de l'exercice 1989-1990, vingt-huit délégations commerciales canadiennes à l'étranger ont accordé au secteur du poisson et des fruits de mer la priorité en ce qui concerne l'expansion des marchés. Six de ces délégations se trouvaient aux États-Unis, cinq au Japon et dans les pays du littoral du Pacifique, treize en Europe de l'Ouest et dans les pays scandinaves, deux en Europe de l'Est et les deux autres dans divers pays.
2. Sauf pour le Portugal, où l'on s'attendait à une baisse des exportations, toutes les délégations commerciales qui mettaient l'accent sur le poisson et les fruits de mer prévoyaient une demande stable ou croissante pour ces derniers au cours de l'exercice 1989-1990. Parmi les pays où l'expansion des marchés devait être la plus prononcée comptaient la Corée (Séoul) avec 16,7 p. cent, l'Italie (Milan), avec 16,7 p. cent au chapitre des produits non transformés, la République fédérale allemande (Dusseldorf), avec 13 p. cent, le Brésil (Sao Paulo), avec 12,5 p. cent, le Japon (Tokyo), avec 11,5 p. cent, l'Espagne (Madrid), avec 10 p. cent, la Suède (Stockholm), avec respectivement 9,7 et 9,1 p. cent au chapitre des produits non transformés et transformés, et la Suisse (Berne), avec 9,4 p. cent.
3. Dix-huit délégations ont signalé que la part canadienne du marché était de 5 p. cent ou moins, c'est-à-dire que les débouchés ne manquaient pas pour une expansion des exportations canadiennes. Parmi les endroits où les produits canadiens s'arrogeaient plus de 5 p. cent du marché figuraient New York, avec 28 p. cent, la République démocratique allemande (Varsovie), avec 24 p. cent, Détroit, avec 20 p. cent, la Pologne (Varsovie), avec 17 p. cent, le Portugal (Lisbonne), avec 13 p. cent, la Suisse (Berne), avec 11,6 p. cent au chapitre des produits non transformés et 6 p. cent pour les produits transformés, Boston, avec 10 p. cent, Atlanta, avec 8 p. cent, la Suède (Stockholm), avec respectivement 7,5 et 5,9 p. cent pour les produits non transformés