

Les membres de la délégation ont pu constater beaucoup d'intérêt et d'enthousiasme pour les produits canadiens de la part des importateurs espagnols. L'obstacle le plus sérieux semble être l'insuffisance des connaissances des Canadiens au sujet des besoins et des goûts locaux ainsi que la forte segmentation et le grand raffinement du marché espagnol. Ce que les principaux grossistes ont surtout voulu conseiller aux membres de la délégation, c'est de prendre le temps voulu pour comprendre ce vaste marché et pour étudier et émuler les techniques d'exportateurs qui y ont perçé comme ceux de l'Islande, de la France et d'ailleurs.

Ce qu'on a dit aux exportateurs canadiens finalement c'est qu'il ne suffit pas simplement de vendre du poisson en Espagne : il faut fonder la commercialisation du produit sur une connaissance approfondie de ce qui intéresse le consommateur espagnol. On encourage les exportateurs canadiens à participer aux grandes foires alimentaires comme l'Alimentaria, tenue annuellement à Barcelone. La dernière foire a attiré 4 500 exposants et 500 000 visiteurs.

Aussi bien les associations de grossistes que de détaillants de Barcelone se sont montrés vivement intéressés à entretenir des rapports plus importants avec les autorités et les fournisseurs du Canada et à favoriser un échange réciproque de renseignements absolument essentiel pour que les exportateurs canadiens puissent profiter de ce qui constitue peut-être l'un des derniers grands débouchés encore inexploités pour les produits canadiens de la pêche en Europe.