

FISH.14 Il semble plus difficile, à première vue, d'établir et de maintenir une solide présence canadienne aux États-Unis. Il est vrai que nos exportations de moules vers ce pays ont atteint des records en 1989, mais nos moules cultivées sur des cordes sont en moyenne deux fois plus coûteuses que les moules américaines cultivées sur le fond. C'est pourquoi nos fournisseurs devront proposer des prix plus compétitifs, afin d'élargir leur part du marché et de répondre aux exigences rigoureuses liées à un programme d'approvisionnement permanent.

S'il est vrai que le consommateur américain est incapable de distinguer entre la qualité des moules cultivées sur des cordes et celle des moules cultivées sur le fond, il n'est pas disposé à offrir un prix supérieur pour notre produit. On pourrait cependant les faire changer d'attitude au moyen d'une campagne de promotion spécialement conçue pour le marché américain, et, plus précisément, pour le secteur des services alimentaires qui consomme 80 % des moules. En fait, plus il y a de consommateurs qui ont eu l'occasion d'apprécier la qualité supérieure des moules cultivées sur des cordes, plus il y a de chances pour que ce produit remplace d'autres bivalves, notamment les palourdes. En effet, comparées aux palourdes, les moules sont plus avantageuses et sont tout aussi présentables. J'ajouterais que les efforts entrepris par les mytiliculteurs de l'Ile-du-Prince-Édouard pour assurer le prestige de la marque "Island Blue" est un bon exemple de l'impulsion donnée par cette province à la promotion globale des moules canadiennes aux États-Unis comme au Canada.