

La Hollande est aujourd'hui le troisième exportateur mondial de produits agricoles, derrière les États-Unis et la France.

Suisse

Le pavillon suisse était divisé en six sections : produits laitiers (y compris les fromages), confiseries, boissons, produits à base de céréales et aliments de santé; produits en conserve, soupes, épices et produits carnés. Les fabricants suisses exportent chaque année des produits alimentaires d'une valeur de deux milliards de francs suisses. Le traitement de ces produits est une des industries les plus anciennes de ce pays. En fait, certains producteurs non suisses utilisent le terme "suisse" pour désigner leurs produits. La gamme des produits alimentaires suisses vendus dans le monde entier continue à augmenter et comprend des boissons non alcooliques, des biscuits, des sauces et des condiments, et du boeuf séché à l'air, sans compter ses fromages et ses chocolats.

Singapour

Le pavillon de Singapour regroupait 15 sociétés qui vendaient des denrées telles que des produits de la mer spéciaux, des produits laitiers, du café soluble, des boissons gazeuses, des boissons non alcooliques, des huiles de table, des aliments chinois congelés, des biscuits, des épices, des sauces. L'industrie des aliments et des boissons de Singapour a un chiffre annuel de 135 millions de dollars US. Singapour est devenu un des centres commerciaux les plus importants du monde et appartient à l'Association des Nations de l'Asie du sud-est (ANASE) qui représente une population de 284 millions d'habitants. Selon la Banque mondiale, c'est la région de l'ANASE qui a le potentiel de croissance le plus élevé de ce siècle. Les pays riverains du Pacifique, qui comprennent des marchés tels que l'ouest des États-Unis, le Japon, le CRP et l'Australie, ont 1,7 milliard d'habitants.

Finlande

L'Association finlandaise d'expansion du commerce extérieur a organisé un pavillon national qui regroupait 18 sociétés exposant une large gamme de produits agricoles et alimentaires de première qualité. Ils présentaient des produits nouveaux, notamment de la truite de mer fumée à froid, des petits fruits séchés par congélation et des repas prêts à cuire, de la bière finlandaise et des harengs dans des marinades assorties. Sous la devise "Frais débarqué de Finlande", le pavillon de ce pays à ANUGA constituait une partie importante de la campagne de publicité finlandaise en faveur de son industrie alimentaire.