

Fishing Industry Board et sept entreprises regroupées) et la Colombie occupaient un stand national. Le Bureau de commerce du gouvernement de la Colombie représentant six entreprises. La Norvège n'était pas aussi abondamment représentée que dans certaines autres expositions de poissons et fruits de mer d'importance. Un nombre important d'exposants américains ont fait la promotion des produits de l'Alaska, en particulier la goberge de l'Alaska et la morue de Pacifique congelés en mer, ainsi que le saumon du Pacifique. De nombreuses sociétés américaines ont également fait une forte promotion des crevettes de diverses provenances. Les exposants de la Nouvelle-Zélande ont présenté une variété d'espèces, notamment le saumon quinnat d'élevage de la Nouvelle-Zélande, des poissons de fonds comme l'hoplostète orange, les oréos et le hoki, le calmar, ainsi que la moule verte et les huîtres creuses de culture. Le Bureau de commerce de la Colombie a présenté la crevette et le vivaneau (cerise) d'eau douce et de mer.

Le saumon d'élevage, dont sept associations canadiennes ou sociétés ont fait la promotion, soit la B.C. Salmon Farmers Association, Royal Pacific Sea Farms Ltd., J.S. McMillan Fisheries Ltd., Hagensborg Food Corporation, National Sea Products Int'l, Atlantic Silver Ltd. et Connors Bros. Inc. était particulièrement présent à l'exposition.

Pour ce qui concerne les nouveaux produits, on trouvait un certain nombre de nouveaux types de produits à base de surimi et des entrées de fruits de mer présentées différemment, par exemple, des crêpes, des quiches, des pizzas, etc., ce qui illustre la tendance croissante pour des produits à valeur ajoutée plus élevée. On comptait un nombre croissant de types de mets sophistiqués de restaurants faits avec des aliments légers, des sauces à faible teneur en calories, des ingrédients naturels et nutritifs. On met davantage l'accent sur les produits de gastronomie, la variété, les petites portions, les portions individuelles et les aliments à cuisson au four à micro-ondes. Ces changements traduisent le besoin pour l'industrie des fruits de mer de maximiser la valeur du poisson brut. Il se peut aussi que ces changements suivent les changements démographiques, comme la diminution de la taille des familles et le nouveau rythme de vie où l'on a moins de temps à consacrer à la préparation des aliments.

L'exposition comprenait également un nouvel étalage de produits, des démonstrations culinaires faites à l'aide de poissons et de fruits de mer et des plats ayant remporté des prix lors de concours. En plus de l'exposition, au cours des matinées du 15 au 17 février 1989, des séminaires et des ateliers portant sur diverses espèces et divers sujets se sont tenus; ces derniers étaient destinés aux acheteurs et leur donnaient des conseils pratiques. (Voir ANNEXE 4 - Conseils destinés aux acheteurs et aux exposants.)

Une réception aux fruits de mer, parrainée par les California Fisheries et le Seafood Institute, s'est tenue pendant la soirée du 16 février 1989. De plus petites réceptions ont été organisées par des sociétés particulières ou des associations le 15 février 1989, c'est-à-dire, le B.C. Salmon Farmers Association offrait une réception dans un hôtel de l'endroit afin d'attirer les acheteurs intéressés.