

Pour le marché du Japon, la langouste est supérieure au homard non seulement par sa saveur, mais aussi par son mode de préparation, car elle est congelée à l'état cru, ce que préfèrent bon nombre de cuisiniers japonais et ce qui n'est pas le cas, la plupart du temps, du homard nord-américain. Les acheteurs de ce pays estiment que la chair du homard congelé est moins tendre et moins savoureuse. Les Japonais accordent par ailleurs beaucoup d'importance à l'apparence des produits. Le homard entier doit être exempt de blessures et présenter la pleine coloration rouge que lui confère la cuisson. Toute différence de taille entre les pinces doit rester pratiquement imperceptible et celles-ci doivent être en parfait état. Le marché japonais juge le homard canadien supérieur aux produits américains, notamment pour la constance de sa couleur.

On compte au Japon une multitude d'importateurs de homard et de langouste. Certains sont d'importantes entreprises, mais plusieurs restent des établissements spécialisés d'envergure tout au plus moyenne. Dans l'immense majorité des cas, ils écoulent leurs achats auprès de grossistes, de grandes chaînes ou de détaillants. Il est très peu fréquent que les produits transitent par les marchés aux enchères japonais, dont le plus réputé est le marché Tsukiji de Tokyo. D'autre part, rares sont les entreprises qui possèdent les grands viviers et l'appareillage voulu pour stocker les crustacés. En raison de la brève période de conservation du homard et de la langouste, la plupart des restaurants et des salles de réception exigent des livraisons fréquentes. On notera que le homard lui-même se consomme surtout dans les grandes villes comme Tokyo et Osaka. En fait, l'un des plus grands importateurs japonais est établi à ce dernier endroit, où tous les fruits de mer sont particulièrement en demande. La foire internationale des fruits de mer de Tokyo offre aux exportateurs de homard l'occasion idéale de promouvoir leurs produits. Ce crustacé, dont les ventes progressent rapidement depuis quelques années, s'est aujourd'hui taillé un créneau sur le marché japonais, car les cuisiniers locaux en connaissent de mieux en mieux les avantages. Les restaurants japonais n'aiment pas changer souvent leur menu; certains ne le font qu'à intervalle de deux ans. La consommation japonaise de homard et de langouste varie grandement selon les saisons; pour l'un comme pour l'autre, elle atteint son apogée (jusqu'à 2,5 fois plus que la normale, dit-on) à l'époque du Nouvel An, avant de décliner sous la moyenne en janvier et février, pour se stabiliser jusqu'à la fin de l'année.

JORDANIE

La Jordanie ne possède qu'une seule ouverture sur la mer; c'est le golfe d'Aqaba, où la récolte décline sans cesse depuis plusieurs années, au point qu'elle ne peut plus aujourd'hui combler la demande intérieure. Les importations jordaniennes de poisson et de fruits de mer proviennent surtout du Yémen, qui peut les expédier à l'état frais en raison de la fréquence des liaisons aériennes. Le homard, la langouste et les autres produits haut de gamme arrivent sous forme congelée et on peut généralement se les procurer dans les grands supermarchés et hôtels de première classe du pays tout entier. Ces établissements s'approvisionnent directement auprès de fournisseurs étrangers, qu'il s'agisse de poisson ou de fruits de mer (dont le homard et la langouste).

KOWEÏT

Le Canada possède une ambassade au Koweït depuis 1978; la compétence de cette mission s'étend également au Bahreïn, au sultanat d'Oman, à l'émirat du Qatar et aux Émirats arabes unis. La présence canadienne sur le marché koweïtien est relativement récente. Même en 1987, le Canada ne figurait pas parmi les 20 principaux fournisseurs de ce pays. Par contre, dans la période immédiatement antérieure à la guerre du Golfe, les échanges canado-koweïtiens n'étaient plus négligeables et affichaient une constante progression. Nos exportations, composées notamment de bois d'oeuvre, de papier, d'aliments préparés et de produits pour les soins de santé, y atteignaient en moyenne 30 millions de dollars CAN par année. Pour la PME exportatrice canadienne, les secteurs les plus prometteurs sont sans doute l'agroalimentaire et les produits de grande consommation. Le marché koweïtien est âprement disputé; il faut donc y investir tout le temps et l'argent voulus. La position du Canada, de même que la fermeté de son engagement, se consolident depuis que la Société pour l'expansion des exportations (SEE) a ouvert un crédit de 500 millions de dollars US au bénéfice du Koweït. Les importations koweïtiennes de poisson et de fruits de mer ont gravement chuté en 1992 à cause de la guerre du Golfe; elles atteignaient alors 8,5 millions de dollars US, alors qu'elles totalisaient 27,7 millions en 1989. Le Koweït importe surtout du poisson frais, réfrigéré ou congelé, mais il fait également venir de bonnes quantités de poisson en conserve.

LIBAN

L'industrie de la pêche est établie de longue date au Liban; dans ce pays, on est plus exigeant en matière de fruits de mer que partout ailleurs dans la région. Après le début de la guerre civile, la rumeur publique voulait que la Méditerranée soit polluée et que le poisson qu'on y pêchait soit dangereux pour la santé; dès lors, l'offre de poisson frais se fit très rare. Depuis la fin du conflit intérieur, les importateurs de fruits de mer se multiplient. Leurs achats à l'étranger consistent surtout en produits congelés des espèces les plus chères, dont le homard et la langouste.