

L'étalage était attrayant, bien éclairé, et ses couleurs étaient bien coordonnées. Les visiteurs pouvaient aisément en faire le tour.

L'Australie

L'alimentation est le secteur commercial le plus important de l'Australie, où l'industrie de la transformation assure 20 % des ventes de produits manufacturés, emploie 17 % de la population active et génère des recettes à l'exportation de plus de un milliard de dollars A.

Le pavillon australien était voisin du canadien et regroupait 17 exposants. L'étalage était proche de l'escalier et des ascenseurs et était donc d'accès facile. Les produits présentés dans les kiosques individuels étaient particulièrement attrayants grâce à une utilisation judicieuse de la couleur. Au nombre des produits, il y avait des fruits et des légumes frais et en conserve, des viandes, des fruits de mer, des vins, de la bière, des fromages, des biscuits, des eaux minérales et des boissons à base de fruits, et des confiseries.

Belgique

La Belgique a utilisé la formule d'un village belge dans lequel 101 sociétés exposaient leurs produits. Ailleurs, des dizaines de sociétés belges étaient également représentées. La participation de ce pays à ANUGA '89 a été la plus importante qu'il ait jamais eue à une foire commerciale internationale.

Les secteurs les plus importants de l'exposition belge étaient les viandes, les produits de laiterie, les oeufs et les volailles, les fruits et légumes et les produits à base de poisson.

Par la suite, un chef cuisinier belge a tenu une conférence de presse et a convié 1 000 importateurs allemands de viande et produits carnés à une réception.

Hollande

Le pavillon hollandais regroupait environ 200 exposants. Parmi les produits présentés, il y en avait un certain nombre de nouveaux dans la catégorie des fromages et des pommes de terre. Les produits en conserve hollandais ainsi que les repas tout préparés, les grignotines et les produits horticoles ont semblé intéresser les visiteurs.