



communiqué

No: 44
No.:

DIFFUSION: POUR DIFFUSION IMMÉDIATE
RELEASE: LE 23 MARS 1982

PARTICIPATION CANADIENNE À UNE FOIRE ALIMENTAIRE JAPONAISE

Le ministre du Commerce international, l'honorable Ed Lumley, a annoncé le 19 mars à Tokyo que les quelques 35 hommes d'affaires et représentants commerciaux canadiens qui ont participé à Foodex ont jeté de solides fondements pour un accroissement de nos ventes en confirmant la réputation du Canada comme fournisseur de produits alimentaires de haute qualité.

Foodex, la plus importante foire de l'alimentation en Asie, attire environ 100 000 visiteurs du secteur commercial. C'est la première fois que le Canada y participait; mais comme l'a noté le ministre Lumley, ce ne sera certainement pas la dernière étant donné l'enthousiasme des exposants canadiens et des hommes d'affaires japonais.

Deuxième grand débouché pour nos exportations agricoles et alimentaires, le Japon absorbe chaque année des ventes de 1,5 milliard de dollars. Vu l'importance de ce commerce, M. Lumley est d'avis qu'il est extrêmement important de démontrer que le Canada est un grand fournisseur de produits alimentaires de qualité; et que notre participation à Foodex est le meilleur moyen de réaliser cet objectif. Bien que les exportations alimentaires canadiennes au Japon se composent surtout de produits agricoles primaires et de produits halieutiques, Foodex fournit aux entreprises canadiennes une excellente possibilité de présenter la vaste gamme des produits alimentaires conditionnés que l'on peut se procurer au Canada.

L'exposition canadienne, qui simulait de façon intéressante un supermarché canadien, s'est révélée une véritable attraction. Les visiteurs ont mentionné que c'était la plus attrayante des 17 expositions nationales. La présentation canadienne s'est inspirée d'une approche nouvelle. En effet, les sociétés représentées ont été regroupées sous la bannière de cinq grandes associations commerciales: le Conseil national de l'industrie laitière du Canada, l'Association canadienne des distillateurs, le Conseil des viandes du Canada, le Conseil canadien des pêcheries et l'Association canadienne des manufacturiers de produits alimentaires. Selon M. Lumley, l'objectif était de prouver aux hommes d'affaires japonais la capacité de l'industrie alimentaire canadienne de fournir toute la gamme des produits alimentaires conditionnés.

Les participants canadiens ont été très encouragés par la réaction favorable du secteur commercial japonais, et de nombreux contacts importants ont été établis pendant ces cinq jours. M. Lumley a déclaré qu'il appartient maintenant aux représentants et agents de l'industrie de poursuivre vigoureusement les possibilités commerciales qui ont été identifiées.

Selon Harvey Wright, directeur exécutif de l'Association des exportateurs de produits de la mer de la C.-B., l'étalage de poissons canadiens a reçu une attention extraordinaire. Par exemple, le président d'une association commerciale japonaise représentant 25 000 "comptoirs-Sushi" a demandé des échantillons de poisson canadien pour une grande présentation à ses membres. M. Alex Moores de Harbour Grace (T.-N.), autre participant représentant l'Association canadienne des exportateurs de poisson, a confirmé que cette présence à Foodex permettra aux sociétés canadiennes d'exploitation du poisson d'accroître des ventes déjà considérables sur le marché japonais et d'exporter éventuellement d'autres espèces de poisson.

La faveur qu'a connue le boeuf canadien de qualité a été telle que le quota spécial pour l'exposition a été vendu en deux heures. L'exposition a également donné la possibilité d'améliorer encore la solide réputation des produits porcins canadiens. Les membres du Conseil des viandes du Canada ont également présenté divers produits carnés conditionnés qui ont suscité beaucoup d'enthousiasme et d'intérêt chez les acheteurs japonais.

Nombre de visiteurs ont été impressionnés par le goût délicat du whisky canadien, de dire M. Alex Bell, qui représentait l'Association canadienne des distillateurs. Le fromage canadien, inconnu au Japon, a été extrêmement bien reçu selon Dale Tulloch du Conseil national de l'industrie laitière du Canada. En fait, a-t-il dit, nous avons reçu plus de 75 demandes sérieuses de vente de produits au Japon. Elmer Banting, représentant l'Association canadienne des manufacturiers de produits alimentaires, s'est dit heureux du nombre des demandes de renseignements reçues par les 12 sociétés représentées.