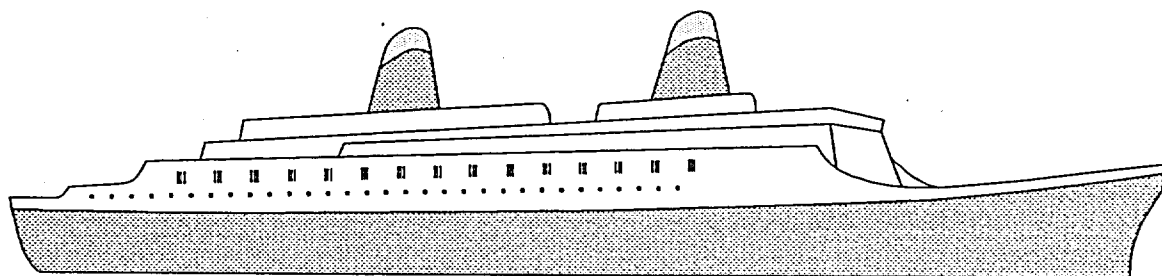


000
CA1
8A660
95952
ENF

.b 2679437 (E)
.b 2679462 (F)

SOUTH FLORIDA

Guidelines for Canadian Fish Exporters 1995



Department of Foreign Affairs and International Trade

Department of Foreign Affairs
and International Trade



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

JUN 21 1995

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Sectoral Liaison Secretariat
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario
K1A 0G2

April 1995

Dear Sir/Madam:

The enclosed **SOUTH FLORIDA - GUIDELINES FOR CANADIAN FISH EXPORTERS 1995**, is one of a series of similar publications produced by the Trade Planning and Operations Bureau, Sectoral Liaison Secretariat (TOSA) in cooperation with:

United States Trade and Investment Development Division (UTI)
Mr. David Shaw, Trade Commissioner
Telephone: (613) 944-9474 Facsimile: (613) 944-9119

Copies of this publication as well as other similar material on other countries may be obtained from:

The Department of Foreign Affairs and International Trade
InfoCentre
Telephone: 1-800-267-8376
Facsimile: (613) 996-9709

Copies may also be obtained through InfoCentre's FaxLink service at facsimile 1-613-944-4500. To speak with one of the information officers please call:

toll free: 1 (800) 267-8376
Ottawa-Hull region: 944-4000

SOUTH FLORIDA - GUIDELINES FOR CANADIAN FISH EXPORTERS 1995 has been distributed to all companies listed in the 1993 edition of **CANADIAN FISH AND SEAFOOD EXPORTERS SOURCING GUIDE**, (produced by TOSA), as well as all ITCs, appropriate trade associations, provincial governments, selected posts abroad and within The Department of Foreign Affairs and International Trade.

We trust that recipients will find this publication of use and we invite their comments on the substance and format, addressed to the undersigned.

Yours Sincerely,

Martin Foubert
Trade Commissioner
Sectoral Liaison Secretariat (TOSA)

Telephone: (613) 995-1713
Facsimile: (613) 943-1103

32640611 (CF)
32785271 (CF)

SOUTH FLORIDA
Guidelines for Canadian Fish Exporters
1995

SECTORAL LIAISON SECRETARIAT
Foreign Affairs and International Trade
125 Sussex Drive
Ottawa, Canada K1A 0G2
Tel:(613) 995-1712
Fax:(613) 943-1103

April 1995



NOTICE TO READERS

South Florida: Guidelines for Canadian Fish Exporters 1995 provides an overview of the South Florida market for fish and seafood products, including geographical advantages associated with the South Florida market with respect to the numerous economies of the Caribbean and Central America. Information on various aspects of the South Florida economy is contained in the document including: basic seafood data; the South Florida seafood market in brief; consumption trends; distribution channels; trade contacts, including food brokers and distributors; and regional trade statistics. This document has been prepared with a view to providing small- to medium-sized Canadian fish and seafood exporters with basic information on the South Florida market.

The report identifies market opportunities of potential interest to Canadian seafood exporters including data on the South Florida economy and fish and seafood consumption patterns. Information includes data on import channels, marketing opportunities and regional distribution channels. Major fish, seafood, and food importers-wholesalers-distributors-brokers-agents; International Trade Centres across Canada; and the Geographic Trade Divisions in Foreign Affairs and International Trade are provided for Canadian seafood exporters interested in the South Florida market.

Care has been taken to ensure accuracy at the time of preparation. *However, prudent Canadian fish and seafood exporters are advised to check all relevant details and specifications with their commercial contacts and to adhere strictly to the requirements and regulations set by South Florida importers and authorities.*

Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) has taken care in presenting the information contained in this publication, but does not guarantee the accuracy of the data nor the absence of errors and omissions. DFAIT accepts no responsibility for interpretation by companies of the information contained in this document or for the reliance by companies upon such information or opinions.

South Florida: Guidelines for Canadian Fish Exporters 1995 is one in a series of publications prepared by the Sectoral Liaison Secretariat (TOSA), Foreign Affairs and International Trade. Comments concerning the report, or other publications, should be directed to TOSA at 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2. [Fax:(613) 943-1103]. *South Florida: Guidelines for Canadian Fish Exporters 1995* is also available through the fax-related information retrieval system FAXLINK, capable of being reached at (613) 944-4500.

The report was researched, formatted and coordinated by Gary G. Smith of *INFI-GAR*; edited by Martin Foubert of Foreign Affairs and International Trade; and vetted by Douglas I. Campbell and David Erickson of the Canadian Consulate in Miami. In addition, databases containing contacts in the United States fishing industry were provided by Kim Newlan of the U.S. Department of Commerce's National Marine Fisheries Service in Miami.

TABLE OF CONTENTS

SOUTH FLORIDA: BASIC DATA 1

REGIONAL DISTRIBUTION 2

SOUTH FLORIDA OVERVIEW 4

FLORIDA CONSUMER MARKET 6

 Total Annual Consumption 6

 Consumption By Gender 6

 Consumption By Race 6

 Consumption By Age 8

 Consumption By Income Level 8

 Saltwater & Freshwater Species 8

VALUE-ADDED SEAFOODS 10

SPECIALTY SEAFOODS 12

UNITED STATES MARKET ACCESS 14

 Nomenclature 14

 Labelling/Packaging 14

 FDA Guidance Levels 14

 New Regulations 15

 Customs Brokers 15

 Documentation 15

 Universal Product Code {UPC} 16

 Trademarks 16

 Agents 16

 Distributors 16

 Brokers 16

SOUTH FLORIDA IMPORTERS/DISTRIBUTORS/END-USERS 17

GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS 23

INTERNATIONAL TRADE CENTRES 24

INFORMATION SOURCES 25

SOUTH FLORIDA: BASIC DATA
 {Tri-County: Palm Beach, Broward, Dade}

AREA	5,144 square miles.	
POPULATION	4.3 million. 32% of Florida's total population.	
ANNUAL VISITORS	17.4 million.	
# OF HOUSEHOLDS	1.7 million.	
MEDIAN AGE	37.5 years.	
OVER 65 YEARS OLD	19 percent.	
AVERAGE HOUSEHOLD INCOME	Palm Beach County	\$33,000
	Broward County	\$30,000
	Dade County	\$27,000
WEATHER/CLIMATE	Average year-round temperature of approximately 77 degrees Fahrenheit, with an average of 3,000 hours of sunshine per year. The coolest month of the year is January, and the hottest month is August.	
LARGE EMPLOYERS	Publix Supermarkets Winn-Dixie Supermarkets American Express Co. AT&T Communications Motorola Carnival Hotels & Casinos	Office Depot Inc. Eckerd Drug Company Royal Caribbean Cruises Ltd. Carnival Cruise Lines Burger King Corp. Southern Bell Telephone
PER CAPITA CONSUMPTION	<i>At Home: Finfish</i>	6.82 kg
	<i>At Home: Shellfish</i>	1.13 kg
	<i>Eating Out: Finfish</i>	6.28 kg
	<i>Eating Out: Shellfish</i>	2.48 kg
	<i>Total Finfish Per Year</i>	13.2 kg
	<i>Total Shellfish Per Year</i>	3.60 kg
	<i>Total Male Per Year</i>	19.1 kg
	<i>Total Female Per Year</i>	15.2 kg
	<i>Total Florida Per Year</i>	16.8 kg
	<i>Species: Canned Tuna</i>	3.67 kg
	<i>Species: Shrimp</i>	1.53 kg
	<i>Species: Grouper</i>	1.25 kg
	<i>Species: Flounder</i>	1.09 kg
	<i>Species: Snapper</i>	0.93 kg
	<i>Species: Freshwater Catfish</i>	0.91 kg
	<i>Species: Breaded Fillets</i>	0.67 kg
	<i>Species: Salmon</i>	0.51 kg

REGIONAL DISTRIBUTION

Although South Florida boasts a significant consumer population offering ample opportunities for Canadian fish and seafood exporters, the area also represents an enclave of importers, distributors and brokers whose target markets are those of Latin America and the Caribbean. South Florida, and Miami in particular, acts as the regional headquarters for many U.S. companies whose main markets for export are the numerous smaller countries and island nations which make up the vast Latin American regional market. Historical linkages dating back hundreds of years, combined with modern less-than-container-load distribution and transportation facilities, have allowed Greater Miami to become a focal point for trade with smaller nations in the region. Canadian fish and seafood exporters should view the South Florida area as a potential market for exports, but should also consider the area as a major distribution centre for the entire region.

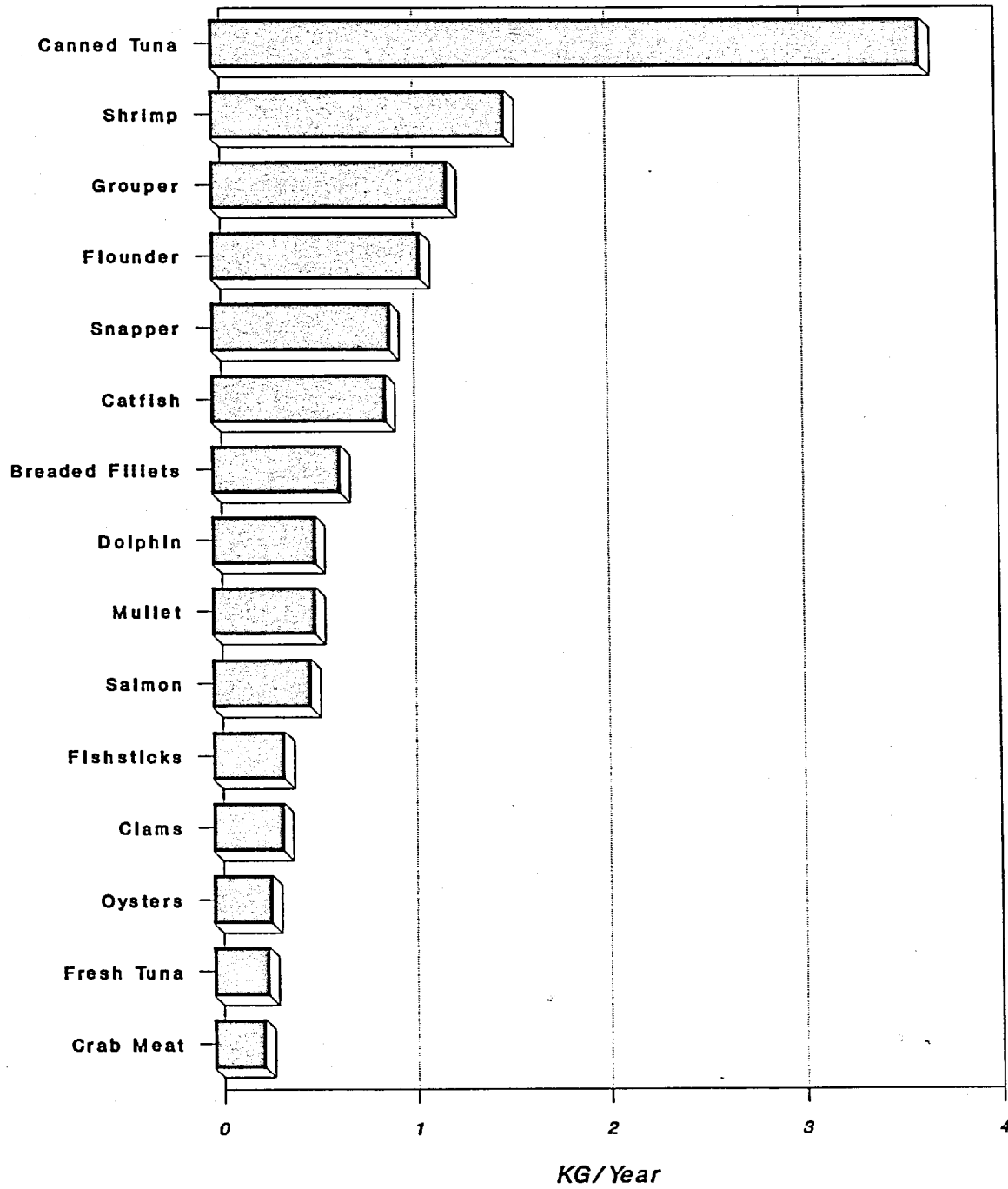
Miami is not the only location in South Florida where regional distribution companies and brokers are positioned to target the Latin American markets. Significant volumes of distributors and agents can also be found in Fort Lauderdale, Key West, Marathon, Key Largo, Islamorada, Coral Gables, Hialeah, Hollywood, Boca Raton, Pompano Beach, West Palm Beach, Coral Springs, Homestead, Hallandale, Kendall, Davie, Dania, Delray Beach, Key Biscayne, Boynton Beach, Lake Worth, Oakland Park, Deerfield Beach, and Miami Beach. South Florida companies located in these urban centres often act as trans-shipment points for products destined for Latin America and the Caribbean. Alternatively, some companies purchase fish and seafood domestically and internationally, either package or re-package the products, and then distribute the goods to appropriate markets in the region.

Regional markets served by distributors and brokers in South Florida are generally of two different types: {1} those markets which are too small to be serviced by most international fish and seafood exporters; and, {2} those markets which are strategically located to South Florida with respect to geographical proximity. Descriptions of the two different markets serviced by South Florida companies are as follows.

- {1} Many of the markets in the Caribbean Sea are small island nations with very small populations. These markets often do not consume quantities of fish and seafood sufficient to warrant full container-load deliveries of fish and seafood. Therefore, many of these markets are serviced by South Florida companies which can supply less-than-container-load deliveries of various species and products. In addition, because many of these Caribbean markets cater to the tourist market, certain luxury seafood products must also be imported in less-than-container-load quantities. Included in this classification of market are: Puerto Rico, Jamaica, Bahamas, Haiti, Dominican Republic, Trinidad & Tobago, U.S. Virgin Islands, Barbuda, Antigua, Grenada, Belize, Martinique, St. Vincent, St. Lucia, and Turks & Caicos Islands.
- {2} The second group of markets in Latin America serviced by South Florida distributors and brokers are those nations which are in geographical proximity to South Florida. Often lending to historical trading patterns, many countries in Central America and South America have well established trade linkages to the United States through the port of Miami. Distribution and maritime routes leading from Miami can easily access Central America by sea, with the added advantage of the Panama Canal to provide immediate access to the Pacific Ocean and ports of call along its coastline. Included in this classification of market are: Guatemala, Panama, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Mexico, Costa Rica, Colombia, Venezuela, Guyana, Surinam, French Guiana, Ecuador, Uruguay, Peru, Argentina, Chile, and Brazil.

In conclusion, it is therefore noted that the South Florida market should not be viewed strictly within a domestic context. Canadian fish and seafood exporters must also contemplate the strategical advantage the South Florida area holds with respect to the entire Latin American territory. South Florida importers, distributors and brokers are actively involved in exporting significant quantities of fish and seafood to a wide range countries in the region. Canadian fish and seafood exporters can therefore include the South Florida market in both their domestic U.S. marketing plans, and in their Latin American export marketing strategies.

FLORIDA FISH & SEAFOOD CONSUMPTION Major Products Per Capita



Source: FAMRC

SOUTH FLORIDA OVERVIEW

South Florida has the feel that it exists for a different, less serious purpose than do other regions of the United States. South Florida has always been a refuge for adventurers, entrepreneurs, outcasts, conquistadors, escaped slaves, pirates, migrant labourers, refugees from Vietnam, boatpeople from Haiti, retirees, the rich, eccentrics from everywhere, and tourists. However, South Florida has contributed its fair share to Florida's distinction as *"The Sunshine State"*, friend of the ill and feeble, but particularly friendly to the tourist. Canadian tourists have developed a taste for South Florida in the winter, and combined with the annual *"snowbird"* migration to the area, leads to a distinctive Canadian flavour and presence in the South Florida tourist population.

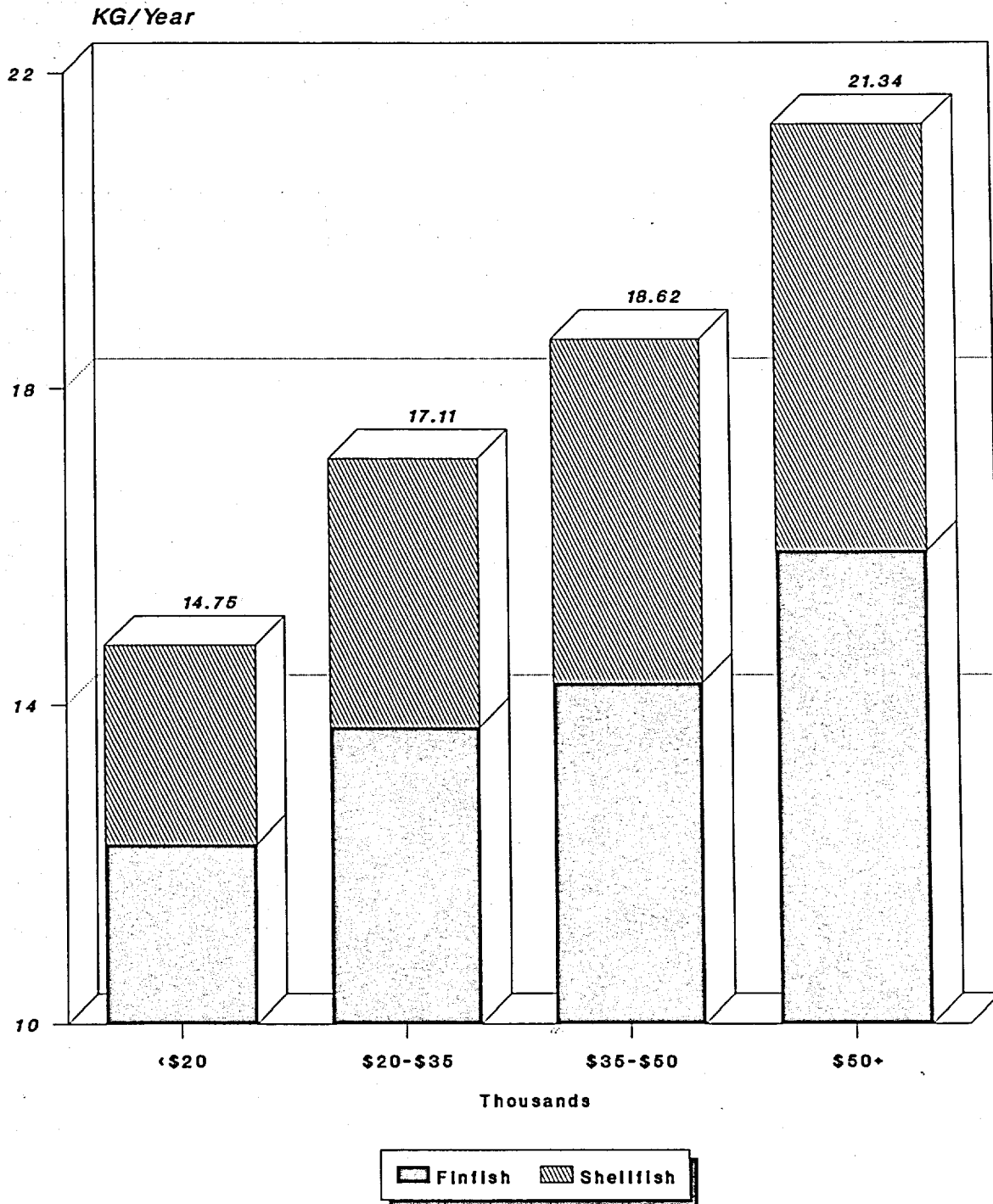
Miami today is a burgeoning giant of international commerce and finance, as well as a place to find pleasure and relaxation. Based on its unique geographical proximity to Latin America, many United States and multinational companies now locate their Latin American headquarters and distribution centers in Greater Miami because no other city can match its airline connections to the Western Hemisphere. The same ease of access, coupled with a congenial climate, attracts hordes of Latin tourists--especially in Miami's steamy summer months (South America's winter), when visitors from the northern climates are less in evidence. In addition, Miami's cosmopolitan character and entrepreneurial spirit attract numerous other immigrants from all over the world.

Today, more than 47 percent of Greater Miami's population is Hispanic--the majority from Cuba, with significant populations arriving from Colombia, El Salvador, Nicaragua, and Panama. Thirty years ago, the tidal wave of Cubans fleeing the Castro regime flooded an elderly neighbourhood just west of downtown Miami with refugees. This area became known as Little Havana. Today, with a half-million Cubans widely dispersed throughout Greater Miami, Little Havana remains a magnet for Cubans and Anglos alike who come to experience the flavour of traditional Cuban culture. In addition, approximately 160,000 Haitians also live in Greater Miami (some 65,000 reside in Little Haiti, a 200-block area on Miami's northeast side), as do Brazilians, Germans, Greeks, Iranians, Israelis, Italians, Jamaicans, Lebanese, Malaysians, Russians Jews, Swedes, and many more international immigrants.

More than 5.2 million visitors flock to Greater Fort Lauderdale each year, 1.3 million people--half of whom comprise the area's labour force--are permanent residents, and another 25,000 new residents arrive in the area each year. Over the past decade, Greater Fort Lauderdale has regrouped, revamped, and grown. Its more sophisticated atmosphere, propelled by an undercurrent of arts and culture, has brought international tourists, new residents from around the world, and a strong diverse business base. Today, Fort Lauderdale is the fifth-largest urban centre in Florida, and Broward is the state's second-largest county. Tourism, retail, distribution and high technology now dominate Fort Lauderdale's business climate, partially due to the area's lack of a state or city income tax. Fort Lauderdale has a cross-section of industries represented by everything from South Florida-based franchise and distribution businesses, to thriving companies owned by African and Latin Americans. Foreign trade is gaining in prominence, with the help of Port Everglades' 82-acre Foreign Trade Zone {FTZ}, and its one-million-cubic-foot freezer warehouse which holds a wide range of food products including fish and seafood. In addition, Port Everglades represents the first and/or last leg for 30 cruise ships with 3.1 million passengers setting sail year-round, making Port Everglades the second-busiest cruise port in the world. To accommodate the influx of annual tourists, the Fort Lauderdale area has approximately 2,500 restaurants, and 560 hotels, motels, and resorts with nearly 35,000 rooms.

In conclusion, it is very important to consider the role Port Everglades {Fort Lauderdale} and the Port of Palm Beach play in the scheme of things in South Florida. Since the Port of Miami has no more room to grow, Port Everglades is capitalizing on the situation to lure existing Miami distribution business, as well as generate new distribution patterns. Port Everglades has significant opportunities for expansion with available land in the general area, whereas Miami has no room for expansion and the Port is operating at full capacity. The Port of Palm Beach is relatively small and is dominated by one company, Tropical Shipping. Tropical Shipping receives between 4-7 full trailer loads of Canadian food products weekly, according to the Deputy Port Director. A majority of these products are destined for Caribbean and Central American countries, and the Port of Palm Beach provides a complimentary service to what is offered by the Port of Miami.

FLORIDA FISH & SEAFOOD CONSUMPTION Per Capita by Income



Source: FAMRC

FLORIDA CONSUMER MARKET

There is sufficient reason to believe that Floridians, particularly South Floridians, may consume substantially greater quantities of seafood than the average U.S. resident because of the state's unique geographical characteristics and the presence of very large recreational and commercial fisheries. Florida has 1,400 statute miles of general coastline and 8,500 statute miles of tidal shoreline. Additionally, Florida has over 4,500 square miles of inland freshwater, coupled with a favourable climate, have resulted in a multi-billion dollar recreational fishing industry. Florida's commercial seafood industry is also very large with landings amounting to 150 million pounds of finfish and shellfish, with over 450 seafood processors and wholesalers in the state, more than any other in the United States.

The following information concerning consumer fish and seafood consumption in Florida is based on the study *"Per Capita Fish and Shellfish Consumption in Florida"* which was conducted by the Florida Agricultural Market Research Center. The study investigated seafood consumption trends in Florida with respect to total annual consumption; consumption at-home; consumption away-from-home; consumption by gender; consumption by race; mode of consumption; consumption by age; consumption by income level; and, consumption of saltwater and freshwater species. Conclusions and statistical analysis used in this section of the document should be attributed to the findings of the above study which was published by the University of Florida in August 1994. Copies of the complete study can be obtained by contacting the Florida Agricultural Market Research Center, Food and Resource Economics Department of the Institute of Food and Agricultural Sciences within the University of Florida.

TOTAL ANNUAL CONSUMPTION

Total annual consumption of fish and seafood in Florida across all modes, species groups, and demographic strata equalled 16.8 kilograms per capita. There was significant variations in consumption between individual counties ranging from Hendry County with a low of 6.5 kilograms per capita, up to a high of Franklin County with 13.82 kilograms per capita. Total away-from-home fish and seafood consumption in Florida was 8.85 kilograms per capita, of which 6.32 kilograms was finfish and 2.53 kilograms was shellfish. Total at-home consumption of fish and seafood in Florida was 7.95 kilograms per capita, with finfish as the dominant species group consumed at-home.

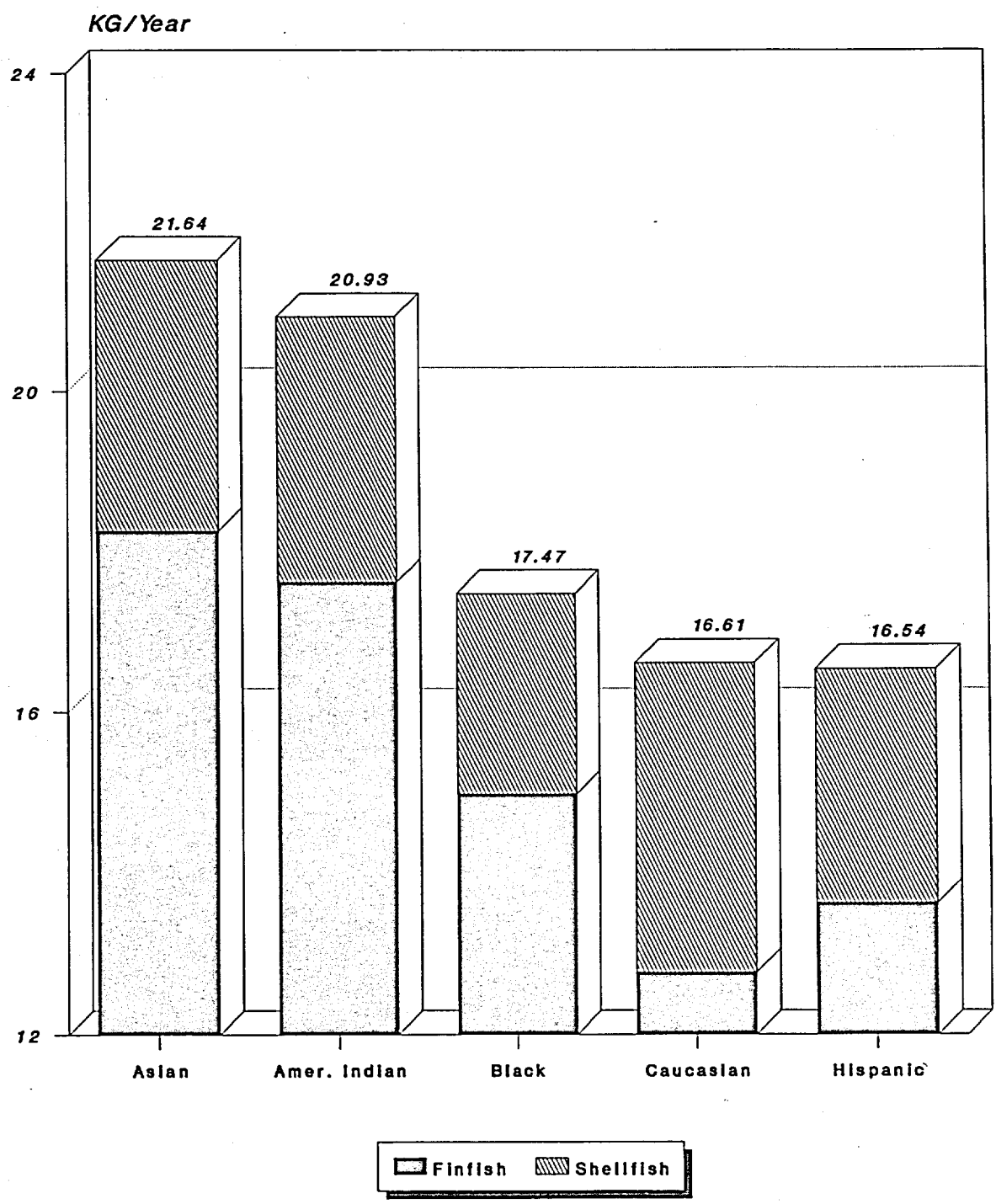
CONSUMPTION BY GENDER

Total annual consumption of fish and seafood in Florida was generally higher for male than for female consumers in the above noted study. Total annual consumption of fish and seafood for males was 19.09 kilograms per capita, whereas annual consumption for females in Florida totalled 15.22 kilograms per capita. In addition, annual consumption of both finfish and shellfish was higher for males than females per capita. With regard to consumption by mode, both genders consume more fish and seafood away-from-home than at-home. Males in Florida on average consume 10.49 kilograms of fish and seafood away-from-home per annum, and 8.6 kilograms of fish and seafood at-home per capita. Females in Florida on average consume 7.72 kilograms of fish and seafood away-from-home per annum, and 7.5 kilograms of fish and seafood at-home per capita. For both genders, more shellfish is consumed away-from-home than at-home, and males consume more finfish away-from-home, while females in Florida consume more finfish at-home than away-from-home.

CONSUMPTION BY RACE

Total annual consumption of fish and seafood for various races in Florida was also examined in the above noted study, and findings indicated the following per capita consumption statistics: Asian 21.64 kilograms; American Indian 20.93 kilograms; African American 17.47 kilograms; Caucasian 16.62 kilograms; and, Hispanic 16.54 kilograms. With regard to consumption of finfish, differences between race were as follows: Asian 18.25 kilograms; American Indian 17.61 kilograms; African American 14.97 kilograms; Hispanic 13.62 kilograms; and, Caucasian 12.76 kilograms. With regard to consumption of shellfish, differences between race were as follows: Caucasian 3.85 kilograms; Asian 3.39 kilograms; American Indian 3.32 kilograms; Hispanic 2.92 kilograms; and African American 2.5 kilograms.

FLORIDA FISH & SEAFOOD CONSUMPTION Per Capita by Race



Source: FAMRC

CONSUMPTION BY AGE

Annual per capita fish and seafood consumption in Florida was analyzed by age group with the following results: 35-49 totalled 18.37 kilograms; 18-34 equalled 18.25 kilograms; 50-64 consumed 16.03 kilograms; and, 65+ had annual consumption totalling 14.22 kilograms. With regard to consumption of finfish, differences between age groups were as follows: 18-34 consumed 14.15 kilograms; 35-49 equalled 14.12 kilograms; 50-64 consumed 12.69 kilograms; and, 65+ totalled 11.89 kilograms per capita. With regard to consumption of shellfish, differences between age groups were as follows: 35-49 consumed 4.25 kilograms; 18-34 equalled 4.1 kilograms; 50-64 totalled 3.34 kilograms; and, 65+ equalled 2.34 kilograms of shellfish per annum. Total annual per capita fish and seafood consumption in Florida was analyzed by mode for each age group with the following statistical results: 18-34 {away-from-home 9.85 kilograms; at-home 8.41 kilograms}; 35-49 {away-from-home 9.95 kilograms; at-home 8.42 kilograms}; 50-64 {away-from-home 8.25 kilograms; at-home 7.78 kilograms}; and, 65+ {away-from-home 6.89 kilograms; at-home 7.34 kilograms}. In addition, for all age groups, more shellfish is consumed away-from-home than is consumed at-home; and, for all age groups more finfish was consumed at-home than away-from-home.

Annual Floridian Consumption By Age

Age Group	Mode	Finfish	Shellfish
18-34	Away-from-Home	7.02	2.83
	At-Home	7.13	1.28
35-49	Away-from-Home	7.02	2.93
	At-Home	7.10	1.33
50-64	Away-from-Home	5.97	2.28
	At-Home	6.72	1.06
65+	Away-from-Home	5.28	1.61
	At-Home	6.61	0.73

Source: University of Florida, Florida Agricultural Market Research Center.

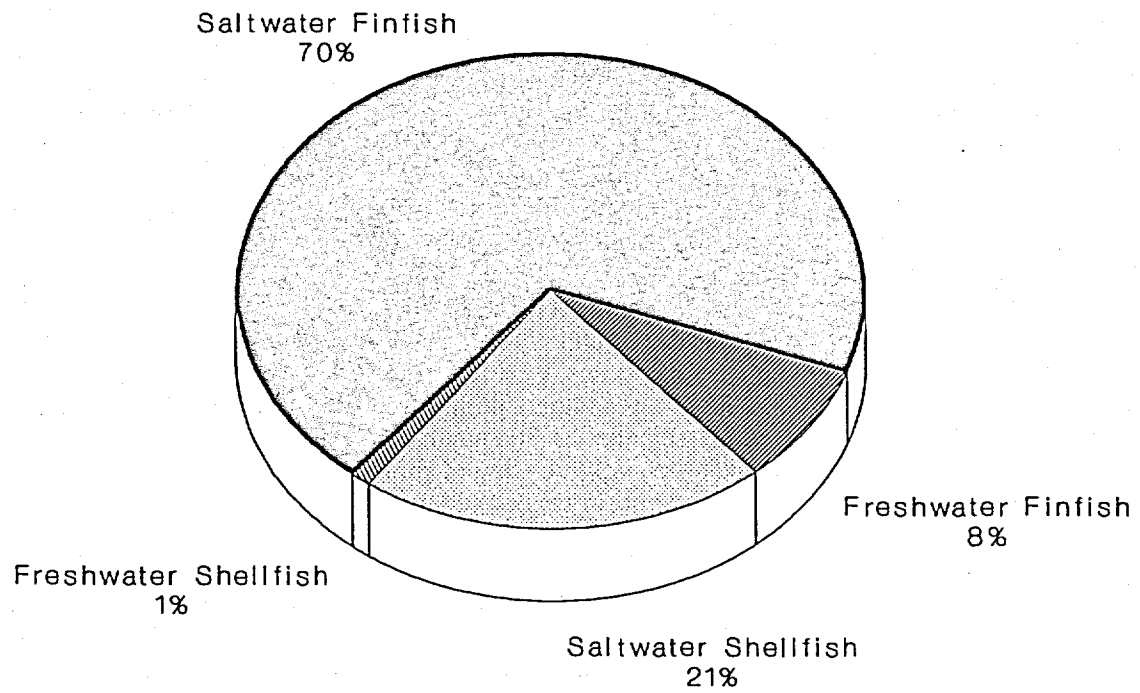
CONSUMPTION BY INCOME LEVEL

Based on the previously cited University of Florida study, consumption of fish and seafood in Florida is positively-related to income level at all levels, such that as income rises annual per capita consumption increases. Specific totals for each income level were found to be as follows: Under \$20,000 consumed 14.8 kilograms; \$20,000 to \$35,000 equalled 17.1 kilograms; \$35,001 to \$50,000 consumed 18.6 kilograms; and, Over \$50,000 consumed 21.3 kilograms per capita annually. Consumption of finfish is positively-related to income, differences between income levels were as follows: Under \$20,000 consumed 12.3 kilograms; \$20,000 to \$35,000 equalled 13.7 kilograms; \$35,001 to \$50,000 consumed 14.3 kilograms; and, Over \$50,000 consumed 15.9 kilograms per capita annually. Consumption of shellfish is also positively-related to income at all levels, differences between income levels were as follows: Under \$20,000 consumed 2.5 kilograms; \$20,000 to \$35,000 equalled 3.4 kilograms; \$35,001 to \$50,000 consumed 4.3 kilograms; and, Over \$50,000 consumed 5.4 kilograms per capita annually. Consumption of fish and seafood in Florida showed trends with regard to mode when analyzed with regard to differences in income level. Away-from-home consumption increased steadily as income increased, however, at-home fish and seafood consumption was constant across income levels. Similarly, the amount of shellfish consumed away-from-home also increased steadily as income increased, whereas at-home consumption of shellfish only exhibited slight increases for increasing levels of income. Thus, increases in fish and seafood consumption in Florida related to income are accounted for by increases only in away-from-home consumption.

SALTWATER & FRESHWATER SPECIES

The majority of finfish and shellfish consumption by Florida residents was of saltwater origin. For example, of the 16.8 kilograms of finfish and shellfish consumed by Florida residents, 15.36 kilograms {91 percent} was comprised of various saltwater species, while 1.46 kilograms {9 percent} was comprised of various freshwater species. Of the total per capita Floridian consumption, 11.79 kilograms per annum represented saltwater finfish consumption; 3.57 kilograms represented consumption of saltwater shellfish; 1.27 kilograms freshwater finfish; and, 0.02 kilograms represented freshwater Floridian shellfish consumption.

FLORIDA FISH & SEAFOOD CONSUMPTION Per Capita Saltwater/Freshwater



Source: FAMRC

VALUE-ADDED SEAFOODS

South Floridian seafood consumers have become accustomed to seafood dishes prepared with a dozen or more chef-driven ingredients, and mouth-watering flavours. However, the recession in the early 1990's has reduced disposable income available for eating out, and as a result people are eating less at restaurants, but still crave great tasting seafood dishes. Enter the convenience of value-added seafood which comes ready to fry, sauté, bake or steam in minutes; as seen in prominence at the Boston International Seafood Show, and Seafare of the Americas in Fort Lauderdale, Florida. Pre-portioned servings, and marinated fillets have helped South Florida consumers compensate for lost time and money. In addition, financial and economic difficulties have faced the retail and foodservice sectors of the South Florida economy, hence owners and managers have been forced to cut costs while compensating for a general reduction in the number of employees. The obvious trend for retail and foodservice is value-added seafood, as it provides expertly prepared fillets and steaks, breaded calamari rings and oysters, marinated or sauced, and ready to grill, bake, fry, or mix in a fresh salad.

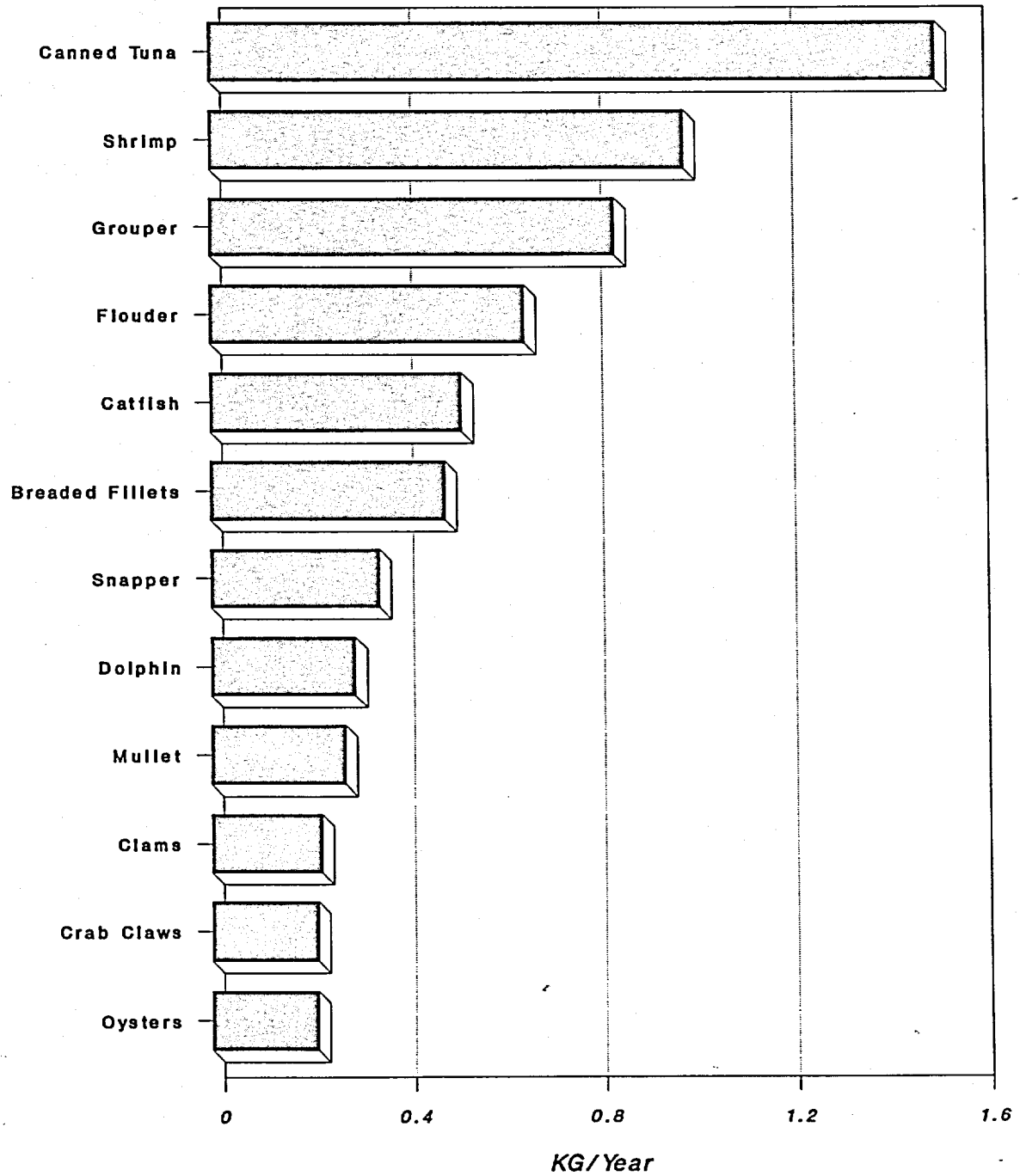
The South Florida market for value-added food products is extremely competitive and increasingly more price conscious. Each calendar year, approximately 12,000 new food products are introduced into the U.S. market, but only a small portion survive on South Florida shelves any length of time. Frozen seafood patties, known as "seafood burgers", with ingredients including salmon, tuna, catfish and surimi, are very popular with some South Florida consumers. Seafood burgers are purchased by quality-oriented cruise lines, restaurant chains, institutions, wholesale food distributors, and retail grocers. Another popular value-added seafood item to hit the South Florida market is the seafood dinner kit, sold largely to restaurant establishments. Varieties of dinner kits include: salmon teriyaki; Chilean sea bass Vera Cruz, with lime, red pepper and vegetables; Mahi-Mahi marinated with teriyaki; and Sake Kasu, a sea bass fillet in a Japanese marinade.

Firms package cultivated black tiger or white shrimp in a stir fry with oil, pea pods, bamboo shoots and carrots, plus a seasoning packet; or lemon pepper shrimp and sweet and sour shrimp with pineapple, bell peppers and onions. A very successful foreign supplier to the U.S. market offers six prepared-seafood entrées for retailers, cruise lines, restaurant chains and food clubs, including Cod Monterey, an 8 oz. cod portion with puff pastry, cheddar cheese and vegetables; Gulf Snapper Imperial with breadcrumbs, cheese, shrimp and crab; Shrimp Galaxy; Sole Supreme, a sole fillet rolled and stuffed with shrimp filling; Salmon Florentine; and Oreo Dory Florentine, with spinach, jack and parmesan cheeses and shrimp. Catfish has become increasingly popular with South Florida consumers prompting the emergence of new products such as catfish fillets in eye-opening Caribbean-style and Mexican marinades. The new catfish is offered in a variety of seasonings, breadings and packaging targeted at consumers, including a growing array of grill-ready marinated products. Value-added catfish products are currently big sellers to major retailers, chain restaurants, foodservice, and distributors.

Value-added seafood products have emerged which exemplify both the national popularity of Asian and Mexican dishes and the national reluctance to spend time in the kitchen. Some value-added seafood products recently introduced to the market include surimi products, such as seafood spring rolls with surimi and cream cheese. Many of these products are appropriately packaged for retail and foodservice, frozen and ready to fry or steam. These types of value-added seafood are not just appetizers, but provide interesting and novel additions to salads, used as side dishes, or teamed with rice for entrées. Caterers, hospitals, restaurants and bars all use these products, and demand appears to be increasing rapidly. Another company is manufacturing meal kits with fresh frozen pasta, prepared sauce, and marinated shrimp in Entrée and Alfredo flavours. The pasta is ready to boil, and the shrimp ready to sauté. The same company has also developed a breaded minced shrimp product, ready to bake or fry, which has become very popular with bars, schools, hospitals.

Salmon is growing in reputation as a value-added seafood product in the South Florida market. Salmon products are offered in many varieties, such as vac-pacs with brown sugar glaze; peppered with black peppercorns; cajun spiced; and dill. The fully-cooked, boned and ready-to-eat portions are priced "each piece", which is an easier sell than "per-pound" pricing. Each unit is UPC coded and has a hole for pegging the package, allowing more display flexibility. Value-added fish and seafood products have a large growth potential in the South Florida market, as consumers seek top-quality entrées, at a reasonable price, with little preparation required. Potential sectors for value-added products in South Florida include foodservice, retail, institutions, restaurants, schools, wholesalers and distributors.

FLORIDA FISH & SEAFOOD CONSUMPTION
Major Products Away-From-Home



Source: FAMRC

SPECIALTY SEAFOODS

Specialty seafoods essentially represent a new seafood format in South Florida, as opposed to value-added seafoods which consist of established seafood items which have been modified in cut, shape, coating and packaging to improve handling, presentation, profitability and value to end-users and consumers. Traditionally, sturgeon caviars and smoked salmon have been the core of the specialty seafood category, practically staples of gourmet food. Today, these delicacies maintain dominance, but, have recently been joined by an array of seafoods unknown to the South Florida market. New specialty seafoods include pâtés, terrines, galantines and mousses for the up-scale markets; salmon ham, hot dogs and sausages for the daily fare; seafood soups and sauces to grace the meal; and a variety of other smoked seafoods in large demand by the South Florida consumer market.

Seafood pâtés, mousses, terrines and galantines are gaining a larger presence in the South Florida seafood market, again as evidenced at the Boston International Seafood Show and Seafare of the Americas in Fort Lauderdale, Florida. Mouth-watering pâtés can be found featuring shrimp with baby carrots, parfait lobster with Grand Marnier, scallops with fresh mushrooms, and mousseline of smoked salmon. Galantines appeared highlighting trout stuffed with whitefish, cream cheese and spinach; salmon stuffed with whitefish, cream cheese and vegetables; and a wide variety of other species including shrimp, crab, and lobster tastefully prepared with various herbs and spices.

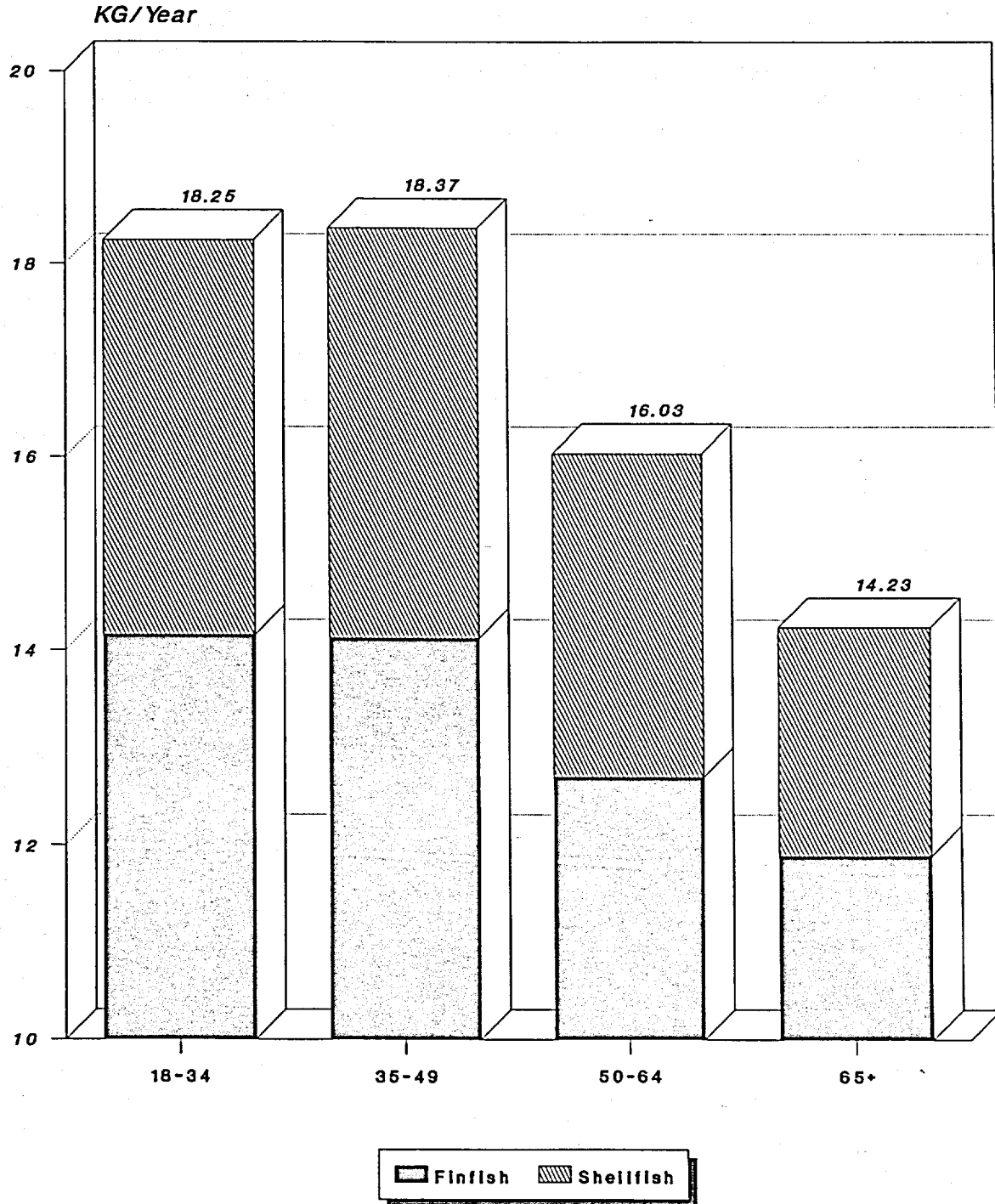
Another example of a successful specialty seafood product in the South Florida market is salmon ham, and salmon sausage. With vastly reduced fat content (1-5%), salmon ham is as convenient as regular ham and can be used in all the same applications. Other salmon products making headway in the South Florida consumer market are salmon pepperoni and hot sticks, salmon hot dogs, mild and hot salmon breakfast sausage, and salmon patties in a variety of flavours. "Seafood as an ingredient", is also expanding usage across the South Florida market, with various seafood species being put to imaginative uses by small-sized companies willing to experiment with new taste combinations. Seafood is used as a flavouring for a number of products including soups, sauces, dips, pasta, seasonings and salad dressings.

Specialty seafoods add excitement to menus and retail counters in South Florida. Consumers are offered a wide range of products that are out of the ordinary, as a personal treat or for entertaining. South Florida consumers are generally receptive to brand name products which are backed by proven quality. Canadian specialty seafoods exporters considering the South Florida market should be creative, consistent, and quality-conscious when developing new products. However, successful research, development, and marketing of specialty seafoods can increase sales to the South Florida fish and seafood market and lead to an enhanced network of buyers for the Caribbean region.

Health consciousness has also influenced specialty seafood products over the past few years. Some gourmet breadcrumb seafood is now pre-browned in canola oil. Other appetizers to hit the "health circuit" include seafood chili, cheese crab cakes, oriental shrimp bites, and fish nuggets. One particularly successful product to enter the South Florida market is a nine pound deli-style tuna loaf for retail and foodservice establishments, and is made with yellowfin tuna and seasonings, in regular or naturally smoked flavours. The tuna loaf is fully cooked and ready to slice for sandwiches or for appetizers with crackers or toast points. Made from fresh-frozen tuna, the product is virtually fat free, very low in cholesterol, and provides a health option to fat-laden snack alternatives.

One prominent South Florida retailer sells chef-prepared, ready-to-heat entrées, including orange roughy Francaise, an egg-washed fillet dredged in seasoned flour; blackened catfish; swordfish Francaise; and calamari salad with vegetables and olives, dressed in vinaigrette. Stuffed clams and seafood-stuffed mushroom appetizers are also very popular with South Florida consumers. Many South Florida retailers buy upscale specialty seafoods and tailor the products to the demographics of individual stores, which range from blue collar, to ethnic, to gourmet. The company looks closely at quality, convenience, perceived value and affordability, because price point still attracts large volumes of customers.

FLORIDA FISH & SEAFOOD CONSUMPTION Per Capita by Age



Source: FAMRC

UNITED STATES MARKET ACCESS**NOMENCLATURE**

"*The Seafood List: FDA's Guide to Acceptable Market Names for Seafood Sold in Interstate Commerce*" is a compilation of existing acceptable names for imported and domestically available seafood in the United States. The list was developed by the Food and Drug Administration (FDA), in cooperation with the National Marine Fisheries Service (NMFS). Its purpose is to promote uniformity in the use of FDA acceptable market names by the fish industry, and to provide consistent advice on these names. The list represents an extensive listing of seafood commonly sold in the United States, and is provided in database format. In determining which seafood species would be included, and what market names would be acceptable, the following criteria were used:

- 1) The seafood species is currently sold in interstate commerce in the United States or has a strong potential for sale.
- 2) The seafood species is not listed as endangered.
- 3) The seafood species is not prohibited by law from sale in interstate commerce.
- 4) Common and/or market names already prescribed by federal regulation have been incorporated into the list.

Market names have been determined by common usage in the United States. When more than one name is in use for a species, the acceptable market name has been decided based on previous references and in consultation with FDA and NMFS. It is advisable to use either the Acceptable Market Name or the Common Name in labelling seafood products which will help assure that identity labelling of the seafood will comply with FDA and NMFS regulations. Use of the vernacular name is not encouraged, and may cause the seafood to be misbranded. Copies of "*The Seafood List: FDA's Guide to Acceptable Market Names for Seafood Sold in Interstate Commerce*" can be obtained through:

U.S. Government Printing Office
Superintendent of Documents, Mail Stop: SSOP
Washington, D.C. 20402-9328
ISBN 0-16-042999-4

LABELLING/PACKAGING

Beginning May 8, 1994, Nutrition labelling becomes mandatory for most foods including fish and seafood. Certain nutrition claims will be permitted if specified food composition conditions are met for food labelling and for restaurant foods. Nutrition labelling information for fish and seafood should be displayed at the point of purchase by an appropriate means, including by affixing it to the food, by posting a sign, or by making the information readily available in brochure, notebook, or leaflet form in close proximity to the foods. The nutrition labelling information may also be supplemented by a video, live demonstration, or other media. Complete particulars concerning packaging and labelling of fish and seafood products entering the U.S. market are explained in detail in the U.S. Department of Health and Human Services, *Code of Federal Regulations: Food Labelling Requirements (CFR)*; which can be obtained from the U.S. Food and Drug Administration; Center for Food Safety and Applied Nutrition, Industry Activities Section; Washington, DC 20204.

FDA GUIDANCE LEVELS

All human foods (including fish and seafood) that are introduced or delivered for introduction into interstate commerce in the United States or its Territories, must comply with the Federal Food, Drug and Cosmetic Act (FD&C Act). If the foods are offered for sale as consumer commodities, they must also comply with the requirements of the Fair Packaging and Labelling Act (FPLA). Regulations promulgated under these Acts can be found in Title 21 of the *Code of Federal Regulations (CFR)* mentioned in the previous paragraph.

It is difficult to identify a single reference which contains a compilation of standards and guidelines which can be used to determine if a fish or seafood product meets United States regulations, because unique conditions, such as processing procedures, investigational evidence and the final use of the product, may affect the evaluation of the case by the FDA. As a result, Food and Drug Administration legal actions are considered on a case by case basis. The Compliance Policy Guides, Compliance Programs, and Import Alerts may be obtained by contacting:

Mary Hodge
Food & Drug Administration
Freedom of Information Office (HFI-35)
5600 Fishers Lane
Rockville, Maryland 20857

NEW REGULATIONS

United States Department of Health and Human Services Secretary Donna E. Shalala announced on January 21, 1994, a major new food safety initiative in which the Food and Drug Administration will require the U.S. seafood industry to establish safety controls subject to regulatory oversight and review. These regulations will also have a major impact on Canadian fish and seafood exporters examining the United States market. The seafood safety regulations are based on the Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) concept. HACCP is a system designed to prevent safety hazards from occurring that can be applied by food processors and importers to ensure that their products are as safe as possible for human consumption. Because nearly 60 percent of seafood available to United States consumers is imported, the FDA is proposing to require that all imported seafood be processed under HACCP systems.

The new regulations will cover all United States seafood processors, packers, warehouses and importers and will include all fresh, frozen and low-acid canned foods produced totally or partially from all aquatic animals, except birds and mammals. Transportation companies that carry, but do not otherwise process, fish and fishery products are not included under the new regulations set forth. Seafood retailing is not included, but an updated food code was released by the FDA in conjunction with the announcement of the new regulations which will serve as guidelines to U.S. food retailers and restaurants in the handling, cooking, storage and display of seafood products. Current regulations on fresh and frozen mollusc and shellfish are being amended. Fishing vessels are not included, but at-sea processing vessels are included in the new FDA regulations.

CUSTOMS BROKERS

South Florida customs brokers can provide Canadian fish and seafood exporters with a range of services related to the entry and clearance of goods into the United States and other regional markets. Customs brokers specialize in various customs documentation requirements and are familiar with all laws, regulations and procedures affecting the importation of goods. They can assist with country of origin markings, the labelling of food products, consumer products safety standards, and matters that concern environmental protection considerations. Customs brokers are up-to-date on customs requirements relating to the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA) and the North American Free Trade Agreement (NAFTA). Although a company can perform the same tasks as the customs broker, Canadian consulates in the United States unanimously recommend that their services be used so as to avoid problems and ensure all procedures are followed.

DOCUMENTATION

Canadian fish and seafood exporters considering the massive South Florida and Caribbean markets should remember, it is important to ensure that all import and export documents are completed correctly prior to any shipment of goods. The following documents may be required for fish and seafood exports to the South Florida or Caribbean markets:

1. Bill of Lading
2. Commercial Invoice
3. Packing Slip
4. Export Declaration (B-13)
5. Inspection Certificate (QMP)
6. Canada/U.S. Free Trade Certificate of Origin

UNIVERSAL PRODUCT CODE

With new electronic scanning systems, most major retail grocers require that packaged fish and seafood products exhibit a UPC symbol. It is recommended that manufacturers obtain UPC numbers for their company and products prior to exporting to the United States. Although membership in the Uniform Code Council is voluntary, it is a requirement if you wish to obtain a manufacturer's number assignment. The cost of membership is a function of sales volume. For further information concerning UPC, contact the following organization:

Uniform Code Council, Inc.
8163 Old Yankee Road, Suite J,
Dayton, Ohio 45458
Tel:(513) 435-3870

TRADEMARKS

The rights to a trademark can result either from usage or filing an application with the U.S. Commissioner of Patents and Trademarks. Canadian fish and seafood companies wanting to register a trademark must designate some person residing in the U.S. to receive all official communications. For further information concerning trademarks, contact the following: Commissioner of Patents and Trademarks, Washington, DC 20231, Tel:(703) 557-4636.

AGENTS

Depending on the terms of the agreement, agents or representatives can be authorized to enter into contractual sales agreements with customers on the processor's behalf. Agents in the South Florida market generally work on commission, but may prefer to work on a retainer with an agreement regarding expenses. South Florida agents can provide many types of expertise, including market intelligence if it is part of the agreement with the Canadian processor. Several related but non-competing fish and seafood lines can be handled for more than one supplier. The usual process for concluding a sale involves the agent obtaining the order and the manufacturer supplying the goods and invoicing the customer directly. The manufacturer then collects the payment and pays the agent a commission on the sale.

Canadian fish and seafood exporters may decide to give their South Florida agent the authority to hire and fire distributors as necessary. The South Florida agent then becomes a regional sales manager and receives commissions on products sold by the distributors, or on reorders by the distributors. In turn, the agent supports the distributors by training sales personnel, making sales calls, providing leads to the distributors, and sometimes, providing after-sales services as required. Generally, the Canadian fish and seafood exporters retains most control over the indirect sales representation process if an agent is contracted to do the selling. Greater market coverage for the entire South Florida market and Caribbean would be assured, because a quality agent will call on all regional distributors, dealers or other suitable purchasers.

DISTRIBUTORS

The distributor can often be the best indirect sales option in the United States market for many fish and seafood products, especially in the South Florida region. Certain retail seafood items are frequently contracted with distributors to channel their products to the retailers. Distributors in the U.S. buy the seafood products from the foreign processor, stock them in their warehouses, and re-sell them to their retail customers throughout their particular region. Canadian exporters of these types of seafood products must expect longer terms of sale in such transactions. By using a United States distributor, Canadian fish and seafood exporters lose some control over the marketing process, and this extends to delivery, because the distributor supplies the products directly to the retailers.

BROKERS

Brokers in the U.S. pursue individual sales on their Canadian seafood suppliers' behalf, and pass requests for quotations on products to their Canadian suppliers' for a response. For brokers in the South Florida fish and seafood industry, it is just as important to please their customers as their suppliers. This means that, if the product of a Canadian exporter is not as price-competitive as that of another supplier, the broker may sell a competitor's product to keep a customer satisfied. The broker may be paid a commission on sales, or sometimes the agreement will stipulate that a broker will take legal title to and physical possession of the product, and ship it from the broker's premises in the appropriate U.S. market territory.

SOUTH FLORIDA IMPORTERS/DISTRIBUTORS/END-USERS

The following list is comprised of South Florida fish and seafood contacts known to the U.S. Department of Commerce, National Marine Fisheries Service, encompassing South Florida importers, wholesalers, distributors, traders, brokers, retail, and agents. Fish and seafood product forms represented by this list of firms varies between live, fresh, frozen, dried, salted, canned, prepared, preserved, fish meal, value-added, specialty seafoods, and other fish and seafood products. In light of constantly evolving circumstances in the South Florida fish and seafood industry, the following list may not be timely or exhaustive, and Canadian fish and seafood exporters are advised to check all relevant specifications and details with their South Florida commercial contacts.

15th Street Fisheries Inc., 1900 S.E. 15th Street, Fort Lauderdale, Florida 33316-3006, Contact: Michael Hurst, Tel:(305) 947-0808, Fax:(305) 763-2830, Products: frozen, lobster, restaurants.

Abu Fisheries Inc., P.O. Box 531351, Miami, Florida 33153-1351, Contact: Peck Bastida, Tel:(305) 891-2527, Fax:(305) 891-1909, Products: aquaculture, live, fresh, fish, lobster.

AgroPesca, 1627 N.W. 38th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33311, Contact: Carlos Rodo, Tel:(305) 424-7444, Fax:(305) 321-8509, Products: fresh, frozen, smoked, salmon, fish, shark, octopus, squid, seaweed.

AIS International Food Products, 2875 N.E. 191st Street, Suite 702, Miami, Florida 33180-2813, Tel:(305) 931-6693, Fax:(305) 937-1395, Products: canned, meal, oil, sardines, fish meal, fish.

Alfa International Seafood, 2408 N.W. 72nd Avenue, Miami, Florida 33122-1303, Contact: Antonio Alvarez, Tel:(305) 594-3077, Fax:(305) 594-3078, Products: fresh, frozen, tuna, shrimp, grouper, sea bass.

Altrix International, 999 Ponce de Leon Boulevard, Coral Gables, Florida 33134-3000, Contact: Joe Thaggard, Tel:(305) 443-7100, Fax:(305) 443-6688, Products: frozen, shrimp, lobster.

Ambassador Seafoods, 520 N.W. 165th Street, Miami, Florida 33169-6303, Contact: Rick Superstein, Tel:(305) 940-9133, Fax:(305) 940-4851, Products: frozen, shrimp, lobster, lobster tails.

American Food Exchange Inc., 3660 N.W. 71st Street, Miami, Florida 33122, Contact: Carlos Sampedro, Tel:(305) 596-5992, Fax:(305) 596-6067, Products: frozen, fresh, canned, shrimp, lobster, lobster tails, sardines.

Ameritrade Systems Inc., 350 W. Flagler Street, Miami, Florida 33130-1513, Tel:(305) 372-0400, Fax:(305) 539-1800, Products: fresh, frozen, fish, seafood, shellfish, seafood broker, distributor.

Antillean-American Trading, Coral Gables, Florida 33134, Contact: Salvador Castaneda, Tel:(305) 447-4567, Fax:(305) 447-4567, Products: frozen, shrimp, lobster, salmon, abalone.

Arawak International, 15315 S. Dixie Highway, Miami, Florida 33157-1831, Contact: Jack Loesch, Tel:(305) 235-2878, Fax:(305) 235-2879, Products: frozen, live, flounder, lobster.

ASF Foods Inc., 6704 N.W. 20th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33309-1511, Tel:(800) 736-3569, Fax:(305) 968-8354, Products: fresh, frozen, canned, smoked, fish.

B & V Seafood Inc., 7850 N.W. 72nd Avenue, Medley, Florida 33166-2216, Contact: Louis Fuentes, Tel:(305) 883-5695, Fax:(305) 884-0113, Products: fresh, frozen, lobster, snapper, shellfish, fish.

Bahamas Seafood Limited, 110 Lake Emerald Drive, Fort Lauderdale, Florida 33309-6207, Contact: Paul Van Boven, Tel:(305) 739-1383, Fax:(305) 572-1111, Products: frozen, lobster, shrimp.

Barnacle Seafoods Inc., 5301 N.W. 35th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33309-6315, Contact: Jerry Oxenberg, Tel:(800) 647-2857, Fax:(305) 486-8092, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, clams, shellfish.

Basic Food International Inc., 1300 S.E. 17th Street, Fort Lauderdale, Florida 33306, Contact: John Bauer, Tel:(305) 467-1700, Fax:(305) 764-5110, Products: fresh, frozen, mackerel, sardines, grouper.

Big K Seafood Farms Inc., 59.3 Mile Marker, U.S. Highway, Grassy Key, Florida 33050, Contact: James Krumme, Tel:(305) 743-7181, Fax:(305) 743-0091, Products: live, fresh, farmed, redfish, snapper, fish.

Bonefish Bay Seafood Corporation, 78-B Coco Plum Drive, Lot 9, Marathon, Florida 33050-4013, Contact: Moises Arguez, Tel:(305) 633-9700, Fax:(305) 743-7820, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, fish.

Brice International Seafood, 2600 S. Hiatus Road, Davie, Florida 33330-1407, Contact: James Brice, Tel:(305) 475-1666, Fax:(305) 475-8283, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, swordfish.

Captain Ed's Lobster Trap, Inc., P.O. Box 21648, Fort Lauderdale, Florida 33335-1648, Contact: Ed Carlise, Tel:(305) 522-5722, Fax:(305) 522-3190, fresh, live, frozen, lobster.

Caribe Pacific Import/Export, 1123 N.E. 17th Terrace, Fort Lauderdale, Florida 33304-2427, Contact: Dan Timmons, Tel:(305) 463-8818, Fax:(305) 463-2497, Products: frozen, shrimp, swordfish, tuna.

Caribbean Pearl Incorporated, 9500 N.W. 79th Avenue, Bay 15, Hialeah Gardens, Florida 33016-2520, Contact: Nemer Ahmad, Tel:(305) 362-9464, Fax:(305) 362-1947, Products: fresh, frozen, lobster, tails, meat.

Casa Mar Seafood, P.O. Box 1040, Tavernier, Florida 33070-1040, Contact: Stan Marvin, Tel:(305) 852-8325, Fax:(305) 852-3163, Products: fresh, frozen, tuna, mackerel, fish.

Cemco International Corporation, 1260 E. Oakland Park Boulevard, Fort Lauderdale, Florida 33334-4418, Contact: Carl Gustafsson, Tel:(305) 566-3878, Fax:(305) 566-4227, Products: frozen, fresh, smoked, salmon, mussels, caviar, herring.

Channel Seafood International Inc., 1300 S.E. 17th Street, Suite #300, Fort Lauderdale, Florida 33316-1721, Contact: Mike Shooshani, Tel:(305) 463-8010, Fax:(305) 463-8043, Products: fresh, frozen, mackerel, shark, croaker, fish.

Charles Lewis & Company, P.O. Box 356, Dania, Florida 33004-0356, Contact: David Poll, Tel:(305) 920-6911, Fax:(305) 920-6977, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, squid.

Claws, Tails & Scales Inc., 7337 N.W. 37th Avenue, Miami, Florida 33147-5800, Contact: Larry Kaplan, Tel:(305) 691-3344, Fax:(305) 691-8866, Products: fresh, frozen, crab, claws, lobster, tails.

CNM International Tradings, 9695 N.W. 79th Avenue, Bay 1, Hialeah Gardens, Florida 33016, Contact: Naji Jawhari, Tel:(305) 372-1300, Fax:(305) 372-8004, Products: dried, salted, mullet, abalone, scallops.

Consolidated Food Services, 102 S.W. 56th Street, #110, Box 4, Miami, Florida 33165, Contact: John Serralles, Tel:(305) 598-8680, Fax:(305) 598-0174, Products: fresh, frozen, mullet, shrimp, crab, grouper.

Davro Trading, 5500 N.W. 21st Terrace, Fort Lauderdale, Florida 33309-2732, Contact: Caprice La Croix, Tel:(305) 491-8895, Fax:(305) 491-9033, Products: dried, fishmeal, seafood broker.

Deep Sea Products Inc., 1735 N.W. 79th Street, Miami, Florida 33126, Contact: Antonio Daglio, Tel:(800) 468-2781, Fax:(305) 594-2182, Products: fresh, frozen, shrimp, shark, grouper.

Diaz Fish and Meat Company Limited, 1574 W. 39th Place, Hialeah, Florida 33012-7011, Contact: Roberto Diaz, Tel:(305) 825-2136, Fax:(305) 825-2137, Products: frozen, fresh, snapper, grouper.

Didi Seafood Corporation, 8005 N.W. 98th Street, Hialeah Gardens, Florida 33016-2319, Contact: Rolando Suarez, Tel:(305) 822-1020, Fax:(305) 822-1965, Products: fresh, frozen, seafood broker, grouper, tuna, snapper.

Dynasty Marine Association Inc., 2970 Dolphin Drive, Marathon, Florida 33050-3036, Contact: Forrest Young, Tel:(305) 743-7666, Fax:(305) 743-9063, Products: farmed, live, fish, eels, snapper.

E & G Food Company Inc., P.O. Box 3366, Hialeah, Florida 33013-0366, Contact: Guillermo Ouirch, Tel:(800) 458-5252, Fax:(305) 691-2015, Products: fresh, frozen, shrimp, snapper, crab.

E & M Seafood Distributors Inc., P.O. Box 350277, Miami, Florida 33135-0277, Contact: Elio Perez, Tel:(305) 325-9912, Fax:(305) 324-0751, Products: frozen, fresh, lobster, shrimp, crab.

E & R International Seafood Inc., P.O. Box 41-4514, Miami, Florida 33141-0514, Contact: Eva Berman, Tel:(305) 865-0160, Fax:(305) 866-8484, Products: fresh, frozen, canned, lobster, shrimp, salmon, crab.

Eagle Express Trading, 9010 S.W. 137th Avenue, Suite #21, Miami, Florida 33186-1438, Contact: Peter Suarez, Tel:(305) 382-5554, Fax:(305) 382-5557, Products: fresh, frozen, shark, lobster, octopus.

East Point Trading Corporation, P.O. Box 144537, Coral Gables, Florida 33134-4537, Contact: Geraldo Ferrari, Tel:(305) 594-3842, Fax:(305) 591-2548, Products: fresh, frozen, shark, croaker, hake, mullet.

Empire Seafoods Inc., 6941 N.W. 77th Terrace, Medley, Florida 33166-2548, Contact: Henry Torres, Tel:(800) 222-4030, Fax:(305) 888-2868, Products: frozen, live, fresh, shrimp, lobster, crab.

Florida Smoked Fish Industry Inc., 1111 N.W. 159th Drive, Miami, Florida 33169-5883, Contact: Steven Fishman, Tel:(305) 625-5112, Fax:(305) 625-5528, Products: smoked, fish, salmon, whitefish, tuna.

Fowler's Seafood, 267 Minorca Avenue, Coral Gables, Florida 33134-4405, Contact: Jim Corbett, Tel:(305) 444-5775, Fax:(305) 445-5775, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, shark, croaker, fish.

Framor's Seafood Inc., 14951 S.W. 70th Street, Miami, Florida 33193-1054, Contact: Frank Morales, Tel:(305) 382-1487, Fax:(305) 388-9319, Products: live, fresh, frozen, dried, lobster, shrimp, shark.

Global Food Corporation, 1300 S.E. 17th Street, Fort Lauderdale, Florida 33316-1721, Contact: A. Berg, Tel:(305) 467-1700, Fax:(305) 764-5110, Products: fresh, frozen, sardines, mackerel, grouper, fish.

Golden Shrimp and Lobster, 706 South Dixie Highway, Coral Gables, Florida 33133, Contact: Seafood Buyer, Tel:(305) 622-6711, Fax:(305) 599-9480, Products: frozen, shrimp, lobster.

Gourmet Foods International, 4801 Pembroke Road, Hollywood, Florida 33021-8116, Contact: Bill Perl, Tel:(305) 966-3663, Fax:(305) 983-0386, Products: fresh, frozen, salmon.

Happy World America, 7337 N.W. 37th Avenue, Miami, Florida 33147-5800, Contact: David Belfort, Tel:(305) 693-0663, Fax:(305) 693-0975, Products: fresh, frozen, tuna, swordfish, grouper.

ICS Marine Inc., 9560 N.W. 41st Street, Miami, Florida 33178, Contact: Alfonso Gonzalez, Tel:(305) 594-9400, Fax:(305) 594-9087, Products: fresh, frozen, mullet, shrimp, crab, grouper.

Import & Export International Inc., 2756 W. Davie Boulevard, Fort Lauderdale, Florida 33312, Contact: Maria Varillas, Tel:(305) 791-5184, Fax:(305) 791-3458, Products: fishmeal, canned, sardines.

Interamerican Trading, P.O. Box 402427, Miami Beach, Florida 33140-0427, Contact: Claudio Peuermanh, Tel:(305) 885-9666, Fax:(305) 885-0402, Products: fresh, frozen, crab, claws, lobster.

Intermares Group Inc., 7700 N.W. 74th Avenue, Medley, Florida 33166, Tel:(305) 885-0511, Fax:(305) 855-0340, Products: canned, prepared, preserved, processed, sardines, tuna.

International Food Emporium Inc., 687 N.E. 79th Street, Miami, Florida 33138-4709, Contact: Mark Zaslavsky, Tel:(800) 7-CAVIAR, Fax:(305) 758-0008, Products: smoked, canned, salmon, caviar, lumpfish, grouper.

International Food Trade, 7371 N.W. 40th Street, Fort Lauderdale, Florida 33319-3938, Contact: Chris Garcis, Tel:(305) 748-0000, Fax:(305) 572-1111, Products: frozen, lobster tails.

Islamorada Fish Company Inc., P.O. Box 283, Islamorada, Florida 33036-0283, Contact: George Hertel, Tel:(800) 258-2559, Fax:(305) 664-5017, fresh, frozen, tuna, fish.

Kaelbel Wholesale Seafoods, 540 N.E. 26th Court, Pompano Beach, Florida 33064-5428, Contact: Edward Kaelbel, Tel:(800) 346-0328, Fax:(305) 941-4556, Products: fresh, shark, grouper, fish.

Kalamar Seafood Inc., 2315 W. 77th Street, #105, Hialeah, Florida 33016-1869, Contact: Roberto Vasquez, Tel:(305) 822-5586, Fax:(305) 556-4418, Products: fresh, frozen, salmon, finfish, shellfish.

Katamaran Seafood Corporation, 11817 S.W. 103rd, P.O. Box 161, Miami, Florida 33186-2725, Contact: Maria de Mares, Tel:(305) 634-6696, Fax:(305) 635-8572, Products: fresh, frozen, shark, clams, lobster, mackerel.

Kenbourne International Inc., 1650 N.W. 94th Avenue, Miami, Florida 33172-2836, Contact: Carlos Sanchez, Tel:(305) 592-1599, Fax:(305) 592-8914, Products: fresh, frozen, salmon, trout, swordfish, shark, shrimp.

Key Largo Fisheries, 1313 Ocean Bay Drive, Key Largo, Florida 33037-4216, Contact: Jack/Tom Hill, Tel:(800) 432-4358, Fax:(305) 451-3215, Products: fresh, frozen, lobster, crab, claws.

Keys Fisheries Incorporated, 3390 Gulfview Avenue, Marathon, Florida 33050-2311, Contact: Gary Graves, Tel:(305) 743-3473, Fax:(305) 743-3545, Products: frozen, crab, claws, shellfish.

Keys Seafoods Inc., 1258 Oceanview Avenue, Marathon, Florida 33050-2115, Contact: James Faircloth, Tel:(305) 743-3257, Fax:(305) 743-8725, Products: fresh, frozen, lobster, crab, claws.

Kitchens of the Ocean, 104 S.E. 5th Court, Deerfield Beach, Florida 33441-4750, Contact: Brad Margus, Tel:(800) 421-2192, Fax:(305) 421-5207, Products: frozen, breaded, live, crab, lobster, shellfish.

Lamar Seafood Inc., 2545 N.W. 74th Avenue, Miami, Florida 33122-1417, Contact: Sonny Moog, Tel:(800) 264-1647, Fax:(305) 438-6834, Products: fresh, frozen, shrimp, crab.

Links Lobsters, 1101 S. Dixie Highway W., Pompano Beach, Florida 33060-7825, Marty Linkiewicz, Tel:(305) 941-6050, Fax:(305) 941-7676, Products: frozen, live, lobster.

Lista Enterprise Seafood, 5895 W. 2nd Avenue, Hialeah, Florida 33012-2685, Contact: Luis Lista, Tel:(305) 557-9491, Fax:(305) 557-9561, Products: fresh, frozen, lobster, shrimp, fish.

Ludwig Shrimp Company, P.O. Box 520661, Miami, Florida 33152-0661, Contact: Bernard Ludwig, Tel:(305) 267-5888, Fax:(305) 267-0370, Products: fresh, frozen, shrimp, lobster.

Lunar Seas Inc., 5220 N. Ocean Drive, Hollywood, Florida 33019-4301, Contact: Thorir Grondal, Tel:(305) 920-6976, Fax:(305) 920-6977, Products: fresh, frozen, salted, fish, shellfish, swordfish.

Margani Seafood Inc., 11890 N.W. 87th Court, Bay 3, Hialeah, Florida 33016, Contact: Anibal Alonso, Tel:(305) 362-9485, Fax:(305) 828-6382, Products: live, fresh, frozen, lobster, tuna, crab.

Miami Seafoods Inc., 7337 N.W. 37th Avenue, Miami, Florida 33147-5800, Contact: Larry Zeisel, Tel:(800) 848-6878, Fax:(305) 691-3474, Products: fresh, frozen, swordfish, sea bass, whiting.

Midland Services Inc., 2550 N.W. 72nd Avenue, Suite #310, Miami, Florida 33122-1347, Contact: Gale Lam, Tel:(305) 591-3155, Fax:(305) 591-7610, Products: fresh, frozen, shrimp, lobster, tails.

Modern Services Inc., 4206 Laguna Street, Coral Gables, Florida 33146-1801, Contact: David Dunbar, Tel:(305) 448-7541, Fax:(305) 441-2394, Products: fresh, frozen, scallops, trout, mackerel.

National Fisheries Company, 311 N.W. South River Drive, Miami, Florida 33128-1519, Contact: Sid Stern, Tel:(305) 545-8899, Fax:(305) 545-7212, Products: live, fresh, frozen, snapper, grouper, lobster, shrimp.

Nick's Seafoods, P.O. Box 6365777, Margate, Florida 33063, Contact: Joe Santangelo, Tel:(305) 973-2991, Fax:(305) 753-4069, Products: fresh, frozen, shark, clams, lobster.

Novie Iceland Inc., 64 N.E. 73rd Street, Miami, Florida 33138-5350, Contact: Barry Karch, Tel:(305) 759-2438, Fax:(305) 756-8628, Products: fresh, smoked, salmon.

Ocean Dynasty International Inc., 1400 E. Oakland Park Boulevard, Fort Lauderdale, Florida 33334-4400, Contact: Martha Hernandez, Tel:(305) 981-5800, Fax:(305) 981-9020, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, shark, fish.

Ocean King Defonso Seafoods, 2450 Hollywood Boulevard, Hollywood, Florida 33020-6616, Contact: Jack Defonso, Tel:(305) 921-2112, Fax:(305) 921-1223, Products: frozen, fresh, shrimp, grouper, lobster.

Ocean Food Imports Inc., 1109 N. 21st Avenue, Hollywood, Florida 33020-3111, Contact: Raymond Courte, Tel:(305) 923-2339, Fax:(305) 921-1223, Products: frozen, shrimp.

Pacific Ocean Seafood Imports, 7228 N.W. 56th Street, Miami Springs, Florida 33166-4202, Contact: Roberto Alvarez, Tel:(305) 883-7332, Fax:(305) 883-7326, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, tuna, swordfish.

Pemar Seafood Inc., 9040 S.W. 72nd Street, Suite #75, Miami, Florida 33173, Contact: Pedro Martinez, Tel:(305) 274-0274, Fax:(305) 274-1112, Products: fresh, frozen, mullet, shrimp, crab, grouper.

Pesca Mar Inc., 4995 N.W. 72nd Avenue, Miami, Florida 33166-5620, Contact: Eduardo Gerena, Tel:(305) 594-7254, Fax:(305) 594-7524, Products: fresh, frozen, shark, hake, herring, crab.

Poseidon's 7 Seas Inc., 267 Corsair Avenue, Land-By-The-Sea, Florida 33308-3503, Contact: John Christopher, Tel:(305) 493-8839, Fax:(305) 493-9818, Products: fresh, frozen, snapper, grouper, tuna.

Purity Seafoods Inc., 15801 N.W. 15th Avenue, Miami, Florida 33169, Contact: Gary Gordon, Tel:(305) 624-9773, Fax:(305) 624-8696, Products: frozen, fresh, salmon, crab, crab meat.

Quest Inc., 7850 N.W. 72nd Avenue, Medley, Florida 33166-2216, Contact: Ronald Miller, Tel:(305) 885-0973, Fax:(305) 887-0474, Products: fresh, frozen, mullet, shrimp, crab, grouper.

Salmon & Seafood Distributors Inc., 1220 N.W. 72nd Avenue, Miami, Florida 33126, Contact: Gonzalo Redondo, Tel:(305) 470-9996, Fax:(305) 470-9973, Products: fresh, frozen, smoked, Atlantic salmon, scallops.

San Marino Seafood Corporation, 1631 N.W. 38th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33311-4116, Contact: Clifford Hall, Tel:(305) 587-0713, Fax:(305) 587-0713, Products: frozen, fresh, smoked, shrimp, salmon, lobster, scallops.

Sanitary Fish Market, 64 N.E. 73rd Avenue, Miami Beach, Florida 33138, Contact: David Fein, Tel:(800) 330-6281, Fax:(305) 672-3550, Products: fresh, smoked, grouper, snapper, swordfish.

Scanwill Gourmet Food, 1627 N.W. 38th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33311, Contact: Willy Hansen, Tel:(800) 786-5105, Fax:(305) 792-5108, Products: fresh, frozen, smoked, salmon, fish, shark.

Sea World Seafood Distributors Inc., 1510 S.W. 3rd Street, Pompano Beach, Florida 33069-3246, Contact: Bud Balbier, Tel:(305) 785-1700, Fax:(305) 789-7106, Products: fresh, frozen, scallops, fish.

Seafood Exchange of Florida, 3316 Virginia Street, Coconut Grove, Florida 33133-5220, Contact: Phillip Corey, Tel:(305) 444-5120, Fax:(305) 446-9844, Products: frozen, lobster, shellfish.

ServiOcean International Inc., 100 S.E. 2nd Street, Suite 2930, Miami, Florida 33131, Contact: Carlos Valdano, Tel:(305) 375-0696, Fax:(305) 371-6914, Products: frozen, shrimp, crab, crab meat, lobster, shellfish.

Southeast Foods Inc., 7925 N.W. 12th Street, Apt. 229, Miami, Florida 33126-1821, Contact: Mario Varela, Tel:(305) 593-0242, Fax:(305) 593-1527, Products: frozen, canned, mullet, shrimp, crab, grouper.

Super Value Trading International, 6555 N.W. 36th Street, Suite 105, Miami Springs, Florida 33166-6903, Contact: Nelson Vegas, Tel:(305) 871-6691, Fax:(305) 871-6798, Products: fresh, frozen, snapper, shrimp, lobster.

Suram Trading Corporation, 2655 South Le Jeune Road, Suite #1, Coral Gables, Florida 33134-5827, Contact: Guido Adler, Tel:(305) 448-7165, Fax:(305) 445-7185, Products: fresh, frozen, scallops, shrimp, lobster, shellfish.

T & K Seafood Inc., 14085 N.W. 27th Avenue, Opa Locka, Florida 33054-3654, Contact: Ralph Becker, Tel:(305) 688-4602, Fax:(305) 631-5086, Products: fresh, frozen, fish, shellfish, snapper, lobster.

Tekmart International Company, 7215 N.W. 41st Street, Miami, Florida 33166-6701, Contact: Carlos Cabezas, Tel:(305) 599-1559, Fax:(305) 559-1779, Products: fresh, frozen, mullet, shrimp, crab, grouper.

Tokoyo Food Service, P.O. Box 69-5096, Miami, Florida 33269-2096, Contact: Yasutaka Miyauchi, Tel:(305) 651-1417, Fax:(305) 925-5307, Products: fresh, frozen, mackerel.

Tokyo Food Service, 1210 Stirling Road, #6, Dania, Florida 33004-3536, Contact: Kazuo Uchiyama, Tel:(305) 924-5305, Fax:(305) 925-5307, Products: fresh, frozen, tuna, octopus, eel, seaweed.

Triple M Seafood, P.O. Box 8067, Fort Lauderdale, Florida 33310-8067, Contact: Michael Montello, Tel:(800) 749-FISH, Fax:(305) 782-3616, Products: fresh, frozen, shark, swordfish, tuna.

Tropical Seafood, 1357 N.W. 88th Avenue, Miami, Florida 33172-3019, Contact: Mike Goldberg, Tel:(305) 599-3075, Fax:(305) 599-3076, Products: fresh, frozen, shark, Atlantic flatfish.

United Seafood Enterprise, P.O. Box 313, Key Biscayne, Florida 33149-0313, Contact: Eric Druckman, Tel:(305) 358-3533, Fax:(305) 358-6848, frozen, fresh, lobster tails, tuna.

Windward Seafoods, 2050 N.W. 70th Avenue, Miami, Florida 33122, Contact: Rafael Puga, Tel:(305) 477-4855, Fax:(305) 477-3556, Products: fresh, frozen, smoked, seafood broker, swordfish, shrimp.

Worldwide Commodity Trading, P.O. Box 144302, Coral Gables, Florida 33114-4302, Contact: Denise Duval, Tel:(305) 443-6611, Fax:(305) 447-6611, Products: fresh, frozen, shark, abalone, Atlantic flatfish, shrimp.

Yankee Clipper Trading, 8111 S.W. 103rd Street, Miami, Florida 33189, Contact: John Maderal, Tel:(305) 285-4840, Fax:(305) 285-8362, Products: fresh, frozen, tuna, snapper, grouper.

GEOGRAPHIC TRADE DIVISIONS

If you are seeking advice and information about a specific area or country, experienced Trade Commissioners in the *Geographic Trade Divisions* are available to assist you. They are located in Foreign Affairs and International Trade at 125 Sussex Drive, Ottawa, Ontario, K1A 0G2 [Fax:{613} 996-9103].

WESTERN EUROPE TRADE, INVESTMENT & TECH. DIVISION {RWT} Tel:{613} 995-9401; Fax:{613} 995-6319
Austria, Belgium, Cyprus, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Iceland, Ireland, Italy, Luxembourg, Malta, The Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, United Kingdom

SOUTH ASIA DIVISION {PSA} Tel:{613} 996-5897; Fax:{613} 996-5897
Afghanistan, Bangladesh, Bhutan, India, Nepal, Pakistan, Sri Lanka

CHINA DIVISION {PRC} Tel:{613} 995-7575; Fax:{613} 943-1068
China, Hong Kong, Indochina

SOUTH EAST ASIA DIVISION {PSE} Tel:{613} 996-8187; Fax:{613} 996-4309
Brunei, Burma, Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand

KOREA AND EAST ASIA DIVISION {PKE} Tel:{613} 995-1183; Fax:{613} 996-1248
Indochina, Korea, Taiwan

SOUTH PACIFIC DIVISION {PSP} Tel:{613} 944-1830; Fax:{613} 996-4309
Australia, New Zealand, South Pacific

JAPAN DIVISION {PJP} Tel:{613} 995-1281; Fax:{613} 943-8286

CENTRAL & EASTERN EUROPE TRADE DEVELOPMENT DIVISION {RBT} Tel:{613} 996-2858; Fax:{613} 995-8783
Albania, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Hungary, Kazakhstan, Latvia, Mongolia, Poland, Romania, Russia, Slovakia, Ukraine, Yugoslavia

LATIN AMERICA AND CARIBBEAN TRADE DIVISION {LGT} Tel:{613} 996-5546; Fax:{613} 943-8806
Argentina, Bermuda, Bolivia, Brazil, Chile, Colombia, Commonwealth Caribbean, Costa Rica, Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexico, Netherlands Antilles, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Uruguay, Venezuela

UNITED STATES TRADE & INVESTMENT DEVELOPMENT DIVISION {UTI} Tel:{613} 944-5849; Fax:{613} 944-9119
Chicago, Dallas, Los Angeles, Minneapolis, San Diego, San Francisco, San Jose, Seattle

UNITED STATES TRADE AND TOURISM DEVELOPMENT DIVISION {UTO} Tel:{613} 944-7343; Fax:{613} 944-9119
Atlanta, Boston, Buffalo, Cincinnati, Cleveland, Dallas, Dayton, Miami, Philadelphia, Pittsburgh, Princeton, San Juan, Warren

AFRICA AND MIDDLE EAST TRADE DEVELOPMENT DIVISION {GBT} Tel:{613} 944-6593; Fax:{613} 944-7431/7
Bahrain, Benin, Cameroon, Cape Verde, Comores, Côte d'Ivoire, Egypt, Gabon, Gambia, Gulf Emirates, Israel, Jordan, Kenya, Mali, Mauritania, Morocco, Mozambique, Namibia, Nigeria, South Africa, Tanzania, Togo, Tunisia, Zaire, Zambia, Zimbabwe

INTERNATIONAL TRADE CENTRES

Foreign Affairs and International Trade, along with Industry Canada established International Trade Centres {ITCs} across the country to assist Canadian exporters with various market intelligence vehicles including publications, recruiting for missions, providing services to Canadian firms seeking export counselling, or joint ventures with foreign investors. Various methods of export counselling are available through Foreign Affairs and International Trade's *InfoCentre* in Ottawa, which can be reached toll free at 1-800-267-8376; local Ottawa callers: 993-6435.

BRITISH COLUMBIA

P.O.Box 11610, 900-650 W. Georgia Street, Vancouver, British Columbia, V6B 5H8, Tel:{604} 666-0434, Fax:{604} 666-8330

MANITOBA

P.O.Box 981, 330 Portage Avenue, 8th Floor, Winnipeg, Manitoba, R3C 2V2, Tel:{204} 983-8036, Fax:{204} 983-2187

ALBERTA**Edmonton**

Room 540, Canada Place, 9700 Jasper Avenue, Edmonton, Alberta, T5J 4C3, Tel:{403} 495-2944, Fax:{403} 495-4507

Calgary

Suite 1100, 510-5th Street S.W., Calgary, Alberta, T2P 3S2, Tel:{403} 292-6660, Fax:{403} 292-4578

NOVA SCOTIA

P.O.Box 940, Station "M", 1801 Hollis Street, Halifax, Nova Scotia, B3J 2V9, Tel:{902} 426-4782, Fax:{902} 426-2624

NEWFOUNDLAND

215 Water Street, Suite 504, P.O. Box 8950, St.John's, Newfoundland, A1B 3R9, Tel:{709} 772-5511, Fax:{709} 772-2373

NEW BRUNSWICK

P.O.Box 1210, 770 Main Street, Moncton, New Brunswick, E1C 8P9, Tel:{506} 851-6452, Fax:{506} 851-6429

PRINCE EDWARD ISLAND

P.O.Box 1115, 134 Kent Street, Suite 400, Charlottetown, P.E.I., C1A 7M8, Tel:{902} 566-7400, Fax:{902} 566-7450

SASKATCHEWAN

#119-4th Avenue South, 4th Floor, Saskatoon, Saskatchewan, S7K 5X2, Tel:{306} 975-5315, Fax:{306} 975-5334

ONTARIO

Dominion Public Building, 4th Floor, 1 Front Street W., Toronto, Ontario, M5J 1A4, Tel:{416} 973-5053, Fax:{416} 973-8161

QUEBEC

P.O.Box 247, 800 Place Victoria, Suite 3800, Montreal, Quebec, H4Z 1E8, Tel:{514} 283-8185, Fax:{514} 283-8794

INFORMATION SOURCES

Economist Intelligence Unit. United States: Country Profile. 1994.

Economist Intelligence Unit. United States: Country Report. 1st Quarter 1994.

Food and Drug Administration. An Introduction to the New Food Label. 1994.

Food and Drug Administration. Code of Federal Regulations: Food Labelling Requirements.

Food and Drug Administration. Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guide. 1994.

Food and Drug Administration. The Seafood List: FDA's Guide to Acceptable Market Names for Seafood Sold in Interstate Commerce, 1993. U.S. Government Printing Office.

Frozen Food Age. Highest Dinner/Entrée Penetration in the United States. 1994.

Greater Fort Lauderdale Chamber of Commerce. Fort Lauderdale: 1994 Guide. Greater Fort Lauderdale Chamber of Commerce, Inc. Florida. 1994.

Naisbitt, John. Global Paradox: the bigger the world economy, the more powerful its smallest players. Avon Books, a Division of The Hearst Corporation. New York. 1994.

Quick Frozen Foods International. Modern Food Manufacturing and Marketing. 1994.

Seafood Business. Marketing Seafood. 1994.

Seafood Business. The Seafood Handbook: Battle for the Competitive Edge. 1994.

Seafood Leader. Seafood Packaging: High Quality, High Tech, High Cost. 1993.

Seafood Leader. What do Consumers Want?. 1994.

Seafood Trend Newsletter. Americans Have Come Back to Seafood. June 6, 1994.

SeafoodService. Cash in on Seafood: Have You Caught the Wave of Profit Potential?. 1994.

Simply Seafood/Seafood Leader. Sea Fare Americas & Food Fair of the Americas: Show Booklet and Guide. Fort Lauderdale Convention Centre. Florida. February 7-8, 1995.

South Florida Business Journal. The Book of Lists. April 29-May 4, 1994. Pages 98-100.

U.S. Department of Commerce. Primary Receivers of Imported Fishery Products. National Marine Fisheries Services. Research Management Division. Miami, Florida. January 1995.

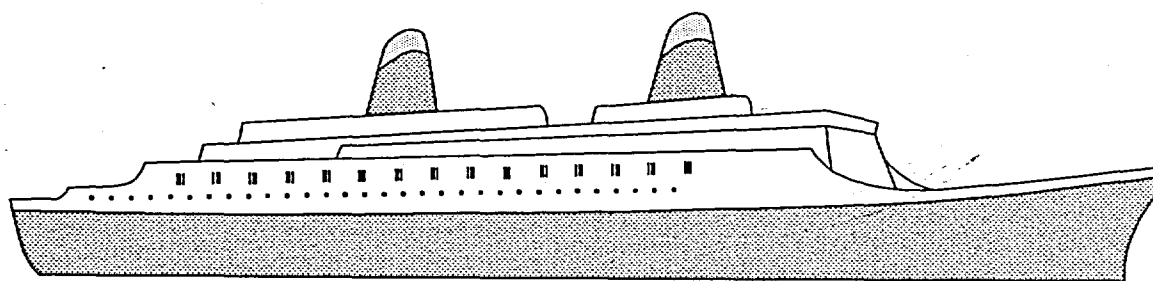
University of Florida. Consumer and Restaurant Manager Reaction to Depurated Oysters and Clams. Florida Agricultural Market Research Center. Institute of Food & Agricultural Sciences. June 1994.

University of Florida. Per Capita Fish and Shellfish Consumption in Florida. Florida Agricultural Market Research Center. Food & Resource Economics Department. Institute of Food & Agricultural Sciences. Industry Report #94-2.



LE SUD DE LA FLORIDE

**Lignes directrices à l'intention des
exportateurs canadiens de poissons
1995**



Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international

LIBRARY E A/BIBLIOTHEQUE A E



3 5036 20095039 5

DOCS
CA1 EA660 95S52 EXF
South Florida : guidelines for
Canadian fish exporters 1995
32785231

Department of Foreign Affairs
and International Trade



Ministère des Affaires étrangères
et du Commerce international

125 promenade Sussex
Ottawa (Ontario)
K1A 0G2

Avril 1995

Monsieur, Madame,

Le rapport ci-joint intitulé **LE SUD DE LA FLORIDE : CONSEILS A L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DE POISSON 1995** fait partie d'une série de publications similaires produites par le Secrétariat de la liaison sectorielle (TOSA) de la Direction générale de la planification et des opérations commerciales, en coopération avec :

le Direction de la promotion du commerce et de l'investissement avec les États-Unis (UTI)
M. David Shaw, Délégué commercial
Téléphone : (613) 944-9474 Télécopieur : (613) 944-9119

Ces publications couvrent un large éventail de pays et s'inscrivent dans le cadre d'un programme visant à aider en permanence les exportateurs actuels et futurs à exploiter de nouveaux marchés étrangers. Des exemplaires de cette publication et des publications similaires sur d'autres pays peuvent être obtenus en composant les numéros suivants :

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
InfoCentre
Téléphone : 1-800-267-8376 Télécopieur : (613) 996-9709

Des exemplaires peuvent également être obtenus par le service FaxLink d'InfoCentre (télécop. : 1-613-944-4500). Pour communiquer avec un agent d'information, veuillez appeler l'un des numéros suivants :

1-800-267-8376 (sans frais)
944-4000 (région Ottawa-Hull)

Le rapport **LE SUD DE LA FLORIDE : CONSEILS A L'INTENTION DES EXPORTATEURS CANADIENS DE POISSON 1995** a été envoyé à toutes les sociétés listées dans l'édition 1993 du **RÉPERTOIRE DES EXPORTATEURS CANADIENS DE POISSONS ET DE FRUITS DE MER** (produit par TOSA), ainsi qu'à tous les CCI, aux associations commerciales concernées, aux gouvernements provinciaux, à certaines missions à l'étranger et à certains services du Ministère.

Nous avons confiance que les destinataires trouveront cette publication utile, et nous les invitons à transmettre au soussigné leurs observations sur le contenu et la présentation du rapport.

Veuillez agréer, Monsieur ou Madame, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Délégué commercial
Secrétariat de la liaison sectorielle

Monsieur Martin Foubert

Téléphone: (613) 995-1713
Télécopieur: (613) 943-1103

LE SUD DE LA FLORIDE
Lignes directrices à l'intention des exportateurs canadiens de poissons
1995

SECTORAL LIAISON SECRETARIAT
Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
125, promenade Sussex
Ottawa, Canada K1A 0G2
Tél:(613) 995-1712
Télec:(613) 943-1103

Avril 1994



AVIS AUX LECTEURS

Le rapport intitulé *Le sud de la Floride, Lignes directrices pour les exportateurs canadiens de poisson, 1995* renferme un aperçu du marché de poisson et de fruits de mer du sud de la Floride et fait ressortir les avantages que présente ce marché du point de vue de sa proximité géographique aux nombreux pays des Antilles et de l'Amérique centrale. On y trouve de l'information sur les divers aspects de l'économie du sud de la Floride, notamment : des données de base sur le marché du poisson et des fruits de mer, un aperçu de ce marché dans le sud de la Floride, les habitudes de consommation, les canaux de distribution, les agents de liaison commerciaux, dont les courtiers et les distributeurs de produits alimentaires, et des données statistiques. Le présent document a été rédigé en vue de fournir aux petites et moyennes entreprises canadiennes d'exportation de poisson et de fruits de mer des renseignements de base sur le marché du sud de la Floride.

Le rapport fait ressortir les débouchés commerciaux qui pourraient intéresser les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer et renferme des données sur certaines caractéristiques de l'économie et sur la consommation de poisson et de fruits de mer dans le sud de la Floride. L'information porte sur les canaux d'importation, les débouchés commerciaux et les canaux de distribution régionaux. Des listes des principaux importateurs, grossistes, distributeurs, courtiers et agents oeuvrant dans le commerce du poisson, des fruits de mer et des produits alimentaires, des centres de commerce international au Canada et des directions commerciales géographiques du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international sont présentées pour les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer intéressés par le marché du sud de la Floride.

Nous avons pris soin, au moment de la préparation, d'assurer l'exactitude de l'information contenue dans ces lignes directrices. Toutefois, nous conseillons aux exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer de bien vérifier tous les détails pertinents auprès de leurs agents de liaison commerciaux et de respecter à la lettre les conditions et les règlements établis par les importateurs et les autorités du sud de la Floride.

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a préparé avec soin l'information contenue dans la présente publication, mais il ne peut garantir l'exactitude des données, ni l'absence d'erreurs ou d'omissions. Le Ministère n'est pas responsable de l'interprétation par les entreprises de l'information contenue dans le présent rapport, ni de l'utilisation par elles de cette information ou des vues exprimées dans le document.

Le rapport intitulé *Le sud de la Floride, Lignes directrices pour les exportateurs canadiens de poisson, 1995* fait partie d'une série de publications préparées par le Secrétariat de la liaison sectorielle du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. Tout commentaire au sujet du présent rapport ou de toute autre publication doit être adressé à TOSA, 125, promenade Sussex, Ottawa K1A 0G2 [Télec. : (613) 943-1103]. Vous pouvez également vous procurer le rapport *Le sud de la Floride, Lignes directrices pour les exportateurs canadiens de poisson, 1995* par le système de recherche documentaire par télécopieur, FAXLINK, au numéro (613) 944-4500.

Les recherches concernant le présent rapport ainsi que la présentation et la coordination ont été effectuées par Gary G. Smith d'INFI-GAR. Le rapport a été révisé par Martin Foubert du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international et approuvé par Douglas Campbell et David Erickson du consulat du Canada à Miami. Les bases de données sur les personnes-ressources de l'industrie de la pêche aux États-Unis ont été fournies par Kim Newlan du NMFS du Département du Commerce des États-Unis, à Miami.

TABLE DE MATIÈRES

LE SUD DE LA FLORIDE : DONNÉS DE BASE	1
DISTRIBUTION RÉGIONALE	2
APERÇU DU MARCHÉ	4
CARACTÉRISTIQUES DE LA CONSOMMATION	6
La consommation annuelle totale	6
La consommation selon le sexe	6
La consommation selon la race	6
La consommation selon l'âge	8
La consommation selon le revenu	8
La consommation des espèces d'eau salée et d'eau douce	8
PRODUITS À VALEUR AJOUTÉE	10
PRODUITS SPÉCIAUX	12
ACCÈS AU MARCHÉ	14
Nomenclature	14
Étiquetage et conditionnement	14
Information fournie par la FDA	14
Nouveaux règlements	15
Courtiers en douane	15
Documents	15
Code universel des produits	16
Marques de commerce	16
Agents	16
Distributeurs	16
Courtiers	16
IMPORTATEURS, DISTRIBUTEURS ET UTILISATEURS	17
DIRECTIONS COMMERCIALES GÉOGRAPHIQUES	23
CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL	24
BIBLIOGRAPHIE	25

LE SUD DE LA FLORIDE : DONNÉES DE BASE
(trois comtés : Palm Beach, Broward, Dade)

SUPERFICIE	5 144 milles carrés	
POPULATION	4,3 millions d'habitants 32 % de la population de l'État	
VISITEURS ANNÉE	17,4 millions	
# DE MÉNAGES	1,7 million	
ÂGE MOYEN	37,5 ans	
PLUS DE 65 ANS	19 %	
REVENU MÉNAGES	Comté de Palm Beach	33 000 \$
	Comté de Broward	30 000 \$
	Comté de Dade	27 000 \$
CLIMAT	Température moyenne annuelle d'environ 77° F; en moyenne, 3 000 heures d'ensoleillement par année. Le mois de janvier est le plus frais et le mois d'août, le plus chaud.	
EMPLOYEURS	Publix Supermarkets Winn-Dixie Supermarkets American Express Co. AT&T Communications Motorola Carnival Hotels & Casinos	Office Depot Inc. Eckerd Drug Company Royal Caribbean Cruises Ltd. Carnival Cruise Lines Burger King Corp. Southern Bell Telephone
CONSOMMATION PAR HABITANT	À la maison : poisson	6,82 kg
	À la maison : fruits de mer	1,13 kg
	Au restaurant : poisson	6,28 kg
	Au restaurant : fruits de mer	2,48 kg
	Total, par année, poisson	13,2 kg
	Total, par année, fruits de mer	3,60 kg
	Total, par année, hommes	19,1 kg
	Total, par année, femmes	15,2 kg
	Total, par année, Floride	16,8 kg
	Espèce : thon en conserve	3,67 kg
	Espèce : crevettes	1,53 kg
	Espèce : mérrou	1,25 kg
	Espèce : plie	1,09 kg
	Espèce : vivaneau	0,93 kg
	Espèce : poisson-chat	0,91 kg
	Espèce : filets panés	0,67 kg
	Espèce : saumon	0,51 kg

DISTRIBUTION RÉGIONALE

Le sud de la Floride compte un nombre important de consommateurs, si bien qu'il offre des possibilités considérables aux exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer; toutefois, dans cette région se regroupent aussi des importateurs, des distributeurs et des courtiers dont les marchés cibles sont ceux de l'Amérique latine et des Antilles. Le sud de la Floride, et surtout Miami, est le siège régional de nombreuses entreprises américaines dont les marchés sont les nombreux petits pays et pays insulaires qui forment le vaste marché régional latino-américain. Les liens établis depuis des centaines d'années et l'existence d'installations modernes de transport et de distribution de chargements incomplets (partie de conteneurs) ont permis à la région métropolitaine de Miami de devenir la plaque tournante du commerce avec les petits pays de la région. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer doivent considérer le sud de la Floride non seulement comme un débouché possible pour leurs exportations, mais aussi comme un grand centre de distribution pour l'ensemble de la région.

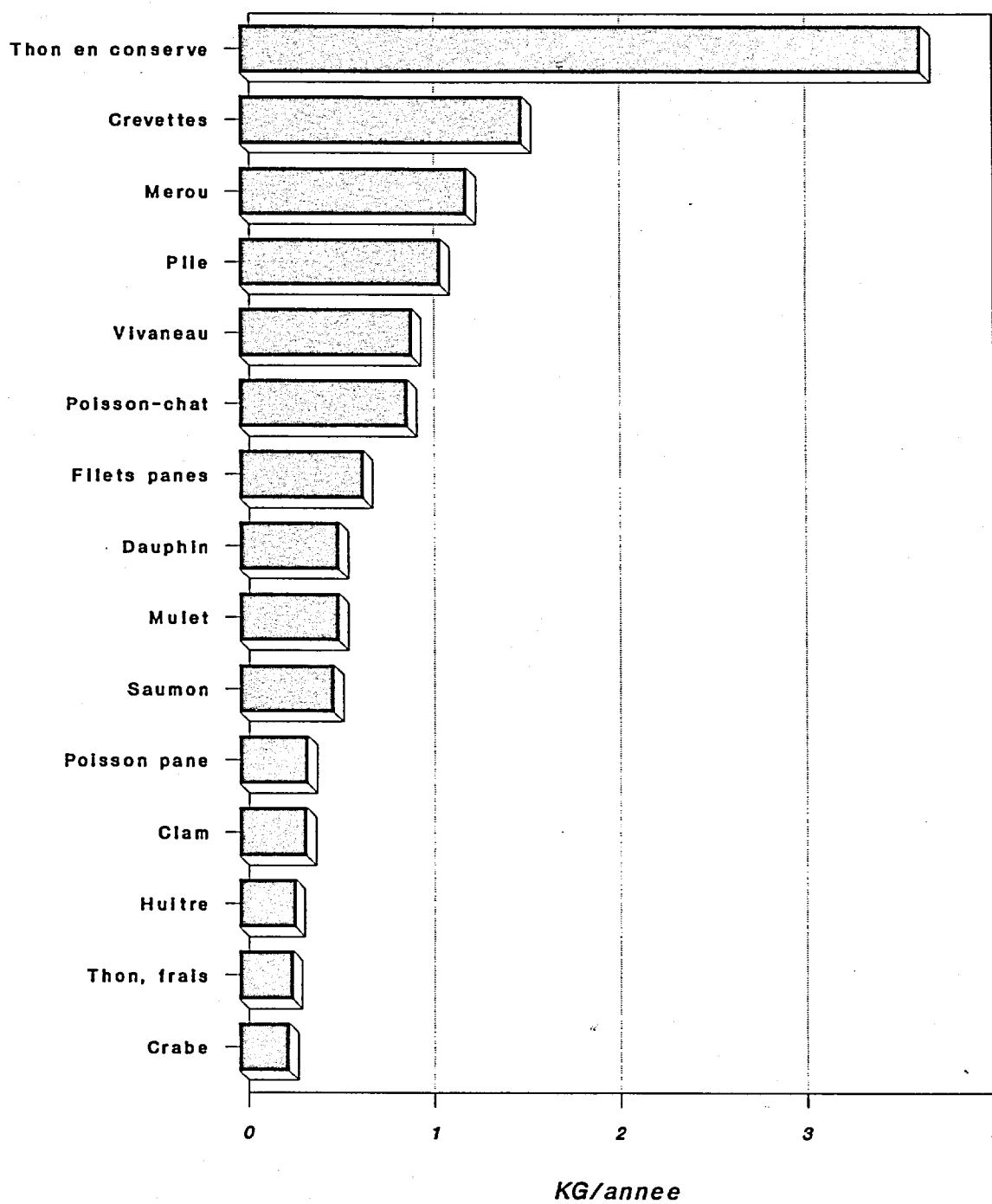
Miami n'est pas la seule ville du sud de la Floride où sont établis des entreprises de distribution et des courtiers régionaux cherchant à approvisionner les marchés latino-américains. Un grand nombre de distributeurs et d'agents sont aussi établis à Fort Lauderdale, Key West, Marathon, Key Largo, Islamorada, Coral Gables, Hialeah, Hollywood, Boca Raton, Pompano Beach, West Palm Beach, Coral Springs, Homestead, Hallandale, Kendall, Davie, Dania, Delray Beach, Key Biscayne, Boynton Beach, Lake Worth, Oakland Park, Deerfield Beach et Miami Beach. Les entreprises établies dans ces centres urbains du sud de la Floride assurent souvent le transbordement de marchandises destinées à l'Amérique latine et aux Antilles. Par ailleurs, certaines entreprises achètent du poisson et des fruits de mer au pays et à l'étranger, puis emballent ou réemballent ces produits et les distribuent aux marchés appropriés de la région.

De façon générale, les distributeurs et courtiers du sud de la Floride approvisionnent deux types de marchés régionaux : (1) ceux dont la taille est trop petite pour qu'ils puissent être approvisionnés par la plupart des exportateurs internationaux de poisson et de fruits de mer, et (2) ceux qui sont stratégiquement situés à proximité du sud de la Floride. Les caractéristiques de chacun de ces deux groupes de marchés sont exposées ci-dessous.

- 1) De nombreux marchés des Antilles sont de petits pays insulaires ayant une faible population. La quantité de poisson et de fruits de mer qui y est consommée est souvent insuffisante pour justifier l'expédition de conteneurs complets de ces produits. Bon nombre de ces marchés sont donc approvisionnés par des entreprises du sud de la Floride qui peuvent livrer, en quantités inférieures à un conteneur complet, diverses espèces et divers produits. De plus, comme nombre de ces marchés antillais doivent aussi répondre à la demande touristique, il leur faut importer en quantités inférieures à celle d'un conteneur certains produits haut de gamme. Au nombre de ces pays, signalons Porto Rico, la Jamaïque, les Bahamas, Haïti, la République dominicaine, Trinité et Tobago, les îles Vierges américaines, Barbuda, Antigua, Grenade, Belize, la Martinique, Saint-Vincent, Sainte-Lucie et les îles Turks et Caïcos.
- 2) Le second groupe de marchés d'Amérique latine desservis par les distributeurs et courtiers du sud de la Floride sont les pays situés à proximité du sud de la Floride. De nombreux pays d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud entretiennent avec les États-Unis, par le port de Miami, des liens bien établis souvent déterminés par des rapports commerciaux de très longue date. La distribution et les routes maritimes depuis Miami permettent un accès facile par bateau à l'Amérique centrale et, par le canal de Panama, un accès direct à l'océan Pacifique et aux ports sur sa côte. Ce groupe comprend notamment le Guatemala, Panama, le Salvador, le Honduras, le Nicaragua, le Costa Rica, la Colombie, le Venezuela, la Guyane, le Surinam, la Guyane française, l'Équateur, l'Uruguay, le Pérou, l'Argentine, le Chili et le Brésil.

Bref, le marché du sud de la Floride ne doit pas être considéré uniquement comme un marché intérieur des États-Unis. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer doivent aussi tenir compte de l'avantage stratégique que présente cette région comme tremplin pour l'ensemble de l'Amérique latine. Les importateurs, distributeurs et courtiers établis dans le sud de la Floride exportent de grandes quantités de poisson et de fruits de mer vers de nombreux pays de la région. Les exportateurs canadiens de ces produits ont donc intérêt à inclure le sud de la Floride à la fois dans leur plan de commercialisation sur le marché intérieur des É-U et dans leurs stratégies d'exportation vers les pays d'Amérique latine.

CONSOMMATION DE POISSON ET DE FRUITS DE MER, PRODUITS PAR HABITANT



Source: FAMRC

APERÇU DU MARCHÉ

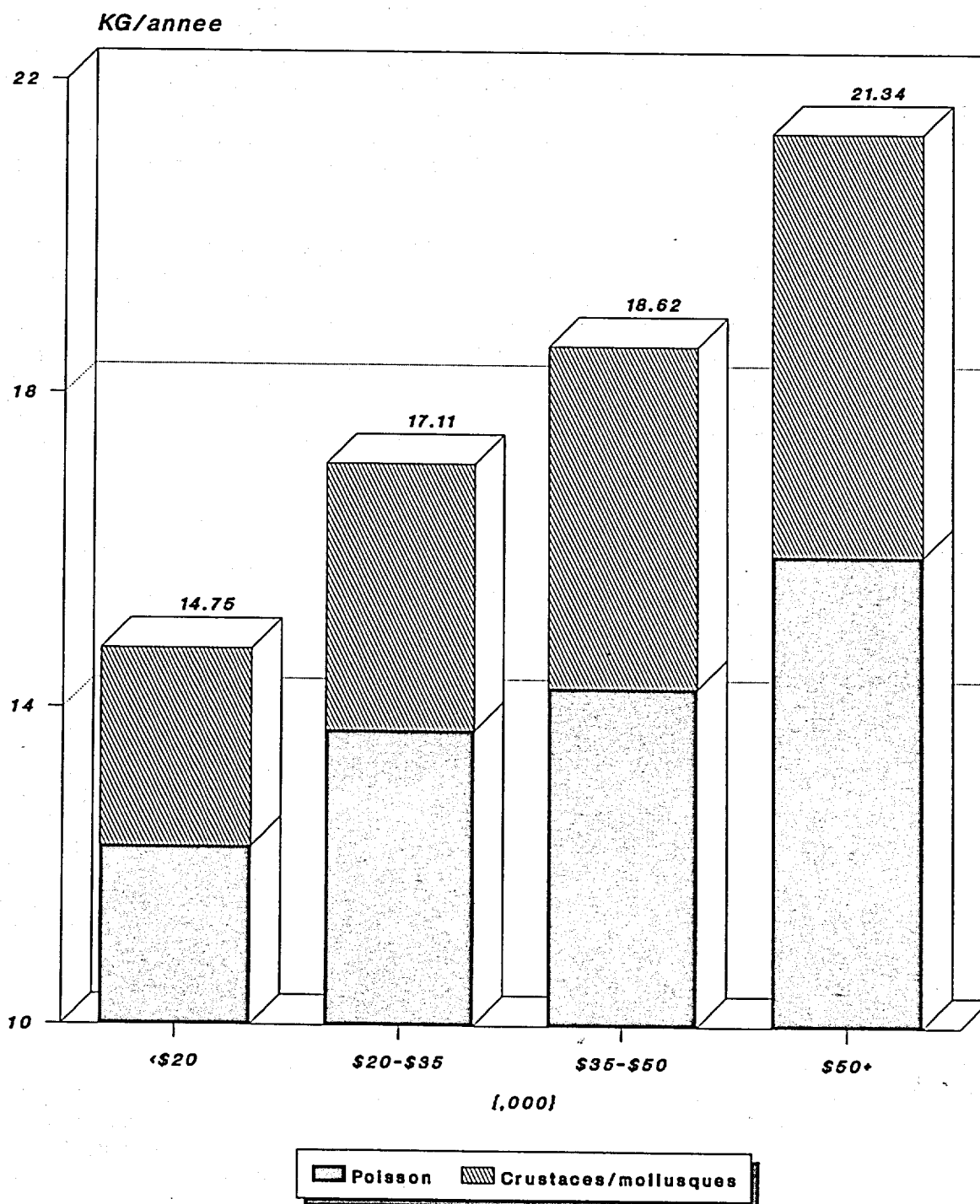
Le sud de la Floride semble avoir une vocation différente de celle des autres régions des États-Unis, voire moins sérieuse. Le sud de la Floride a toujours été le refuge d'aventuriers, d'entrepreneurs, d'exclus, de conquistadors, d'esclaves fugitifs, de pirates, de travailleurs migrants, de réfugiés de la mer en provenance de Haïti, de retraités, de riches, d'excentriques de partout et de touristes. Cependant, le sud de la Floride a contribué à sa juste mesure à la renommée d'« État soleil » que s'est acquis cet État qui réserve un bon accueil aux malades et aux personnes de faible constitution et particulièrement aux touristes. Les touristes canadiens l'affectionnent en hiver, comme en témoigne l'afflux annuel de « fugitifs du froid » qui marquent la population touristique du sud de la Floride de leur présence et caractéristiques typiquement canadiennes. En plus d'un endroit où s'amuser et se reposer, la ville de Miami est aujourd'hui une métropole géante du commerce international et des finances internationales. En raison de la proximité géographique de l'Amérique latine, de nombreuses entreprises américaines et multinationales installent maintenant le siège de leurs activités en Amérique latine et leurs centres de distribution dans la région métropolitaine de Miami parce qu'aucune autre ville de l'Occident n'offre pareilles liaisons aériennes. L'accès facile et le climat agréable attirent à Miami des hordes de touristes latino-américains, surtout au cours des mois chauds et humides d'été durant lesquels les visiteurs du Nord sont moins nombreux. De plus, le caractère cosmopolite de Miami et l'esprit d'entreprise qu'on y trouve attirent de nombreux immigrants de partout dans le monde.

Plus de 47 % de la population du Grand Miami est hispanique, provenant majoritairement de Cuba, mais composée en nombres importants d'immigrants de la Colombie, du Salvador, du Nicaragua et de Panama. Il y a trente ans, une vague de réfugiés cubains fuyant le régime de Castro a envahi un quartier ancien, dorénavant appelé « petite Havane », situé juste à l'ouest du centre-ville de Miami. À l'heure actuelle, plus d'un demi-million de Cubains habitent le Grand Miami, mais la petite Havane demeure un pôle pour Cubains et Anglais qui y viennent savourer la culture et les traditions cubaines. Habitent aussi dans le Grand Miami environ 160 000 Haïtiens (quelque 65 000 d'entre eux étant concentrés sur une superficie de 200 pâtés de maisons dans le secteur nord-ouest de Miami), des Brésiliens, des Allemands, des Grecs, des Israéliens, des Italiens, des Jamaïquains, des Malais, des Juifs russes, des Suédois et des immigrants de nombreuses autres nationalités.

Chaque année, plus de 5,2 millions de visiteurs affluent dans le Grand Fort Lauderdale qui compte 1,3 million de résidents permanents — dont la moitié sont des travailleurs dans ce centre urbain — et qui accueille chaque année quelque 25 000 nouveaux résidents. Au cours de la dernière décennie, la région métropolitaine de Fort Lauderdale s'est réorganisée, modernisée et étendue. Le raffinement accru résultant de l'accroissement des activités culturelles et artistiques a attiré des touristes et des résidents de partout dans le monde ainsi qu'un solide milieu des affaires très diversifié. Aujourd'hui, Fort Lauderdale est le cinquième centre urbain en importance de la Floride et le comté de Broward, le deuxième plus grand de l'État. Tourisme, vente au détail, distribution et haute technologie sont maintenant les principales activités commerciales de Fort Lauderdale, notamment en raison de l'absence de taxes d'État ou de taxes municipales. Fort Lauderdale est maintenant le siège d'un éventail représentatif d'entreprises de toutes sortes, depuis les entreprises de franchisage et de distribution du sud de la Floride jusqu'à des entreprises en plein essor appartenant à des intérêts sud-africains ou latino-américains. Le commerce extérieur y prend de l'importance, grâce à la zone de libre-échange de 82 acres de Port Everglades où a été aménagé un entrepôt frigorifique d'un million de pieds cubes pour différents produits, dont le poisson et les fruits de mer. De plus, la zone de Port Everglades est le point de départ ou l'aboutissement de 30 paquebots de croisière transportant 3,1 millions de passagers durant toute l'année, si bien que Port Everglades est le deuxième port de croisière le plus achalandé au monde. Pour répondre à la demande annuelle dans le secteur touristique, Fort Lauderdale compte environ 2 500 restaurants et 560 hôtels, motels et établissements de villégiature représentant près de 35 000 chambres.

Bref, il faut tenir compte de l'important rôle de Port Everglades et du port de Palm Beach dans les activités dans le sud de la Floride. Le port de Miami ne pouvant plus être agrandi, Port Everglades est en mesure de tirer parti de la situation et d'attirer des entreprises de distribution actuellement établies à Miami, ainsi que de favoriser la mise en place de nouveaux canaux de distribution. En effet, contrairement aux installations du port de Miami qui ont atteint les limites de leur expansion et sont actuellement exploitées à pleine capacité, celles de Port Everglades peuvent encore être considérablement agrandies par l'occupation de terrains adjacents. Les installations portuaires de Palm Beach, relativement petites, sont exploitées par une seule entreprise, Tropical Shipping, qui prend livraison, chaque semaine, de 4 à 7 chargements (remorques) de produits canadiens, selon le directeur adjoint des installations portuaires. La plupart de ces produits sont destinés à des marchés des Antilles et d'Amérique centrale, les services au port de Palm Beach venant donc compléter ceux du port de Miami.

CONSOMMATION DE POISSON ET DE FRUITS DE MER, SELON LE REVENU



Source: FAMRC

CARACTÉRISTIQUES DE LA CONSOMMATION

Compte tenu de la situation géographique privilégiée de la Floride et de son important secteur des pêches tant sportif que commercial, il existe de fortes chances que les résidents de cet État, et plus particulièrement ceux du sud, consomment une quantité de poisson et de fruits de mer dépassant nettement la moyenne nationale. La Floride compte 1 400 milles terrestres de trait de côte et 8 500 milles terrestres de littoral à marée basse; de plus, elle possède plus de 4 500 milles carrés de réserves d'eau douce à l'intérieur des terres. Combinées à un climat favorable, ces ressources ont donné lieu à une industrie de la pêche sportive évaluée à plusieurs milliards de dollars. L'industrie de la pêche commerciale de la Floride est également d'une importance notoire. Les débarquements de poisson et de fruits de mer se montent à 150 millions de livres et le nombre des entreprises de transformation et de distribution s'élève à 450, ce qui dépasse nettement le nombre d'entreprises de ce type dans les autres États.

Les renseignements sur la consommation de poisson et de fruits de mer qui suivent proviennent de l'étude *Per Capita Fish and Shellfish Consumption in Florida* effectuée par le *Florida Agricultural Market Research Center*. Cette étude fait état des tendances de la consommation de poisson et de fruits de mer par rapport à la consommation annuelle totale, de la consommation à la maison, de la consommation au restaurant, de la consommation selon le sexe, la race, le lieu, l'âge, le niveau de revenu ainsi que de la consommation des espèces d'eau salée et d'eau douce. Les conclusions de même que les analyses statistiques qui figurent dans la présente section renvoient aux résultats de l'étude précitée publiés par la *University of Florida* en août 1994. On peut se procurer des copies de l'étude intégrale auprès du *Florida Agricultural Market Research Center, Food and Resource Economics Department, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida*.

LA CONSOMMATION ANNUELLE TOTALE

La consommation annuelle totale de poisson et de fruits de mer par habitant pour la Floride, tous lieux de consommation, catégories d'espèces et groupes d'âge confondus, est de 18,8 kilogrammes. On note des écarts de consommation très marqués d'un comté à un autre, allant de 6,5 kilogrammes dans le comté d'Hendry à 13,82 kilogrammes pour celui de Franklin. La quantité totale de poisson et de fruits de mer consommés au restaurant est de 8,85 kilogrammes par habitant (6,32 kilogrammes de poisson et 2,53 kilogrammes de fruits de mer). La quantité totale de poisson et de fruits de mer consommés à la maison est de 7,95 kilogrammes par habitant avec un net avantage pour le poisson.

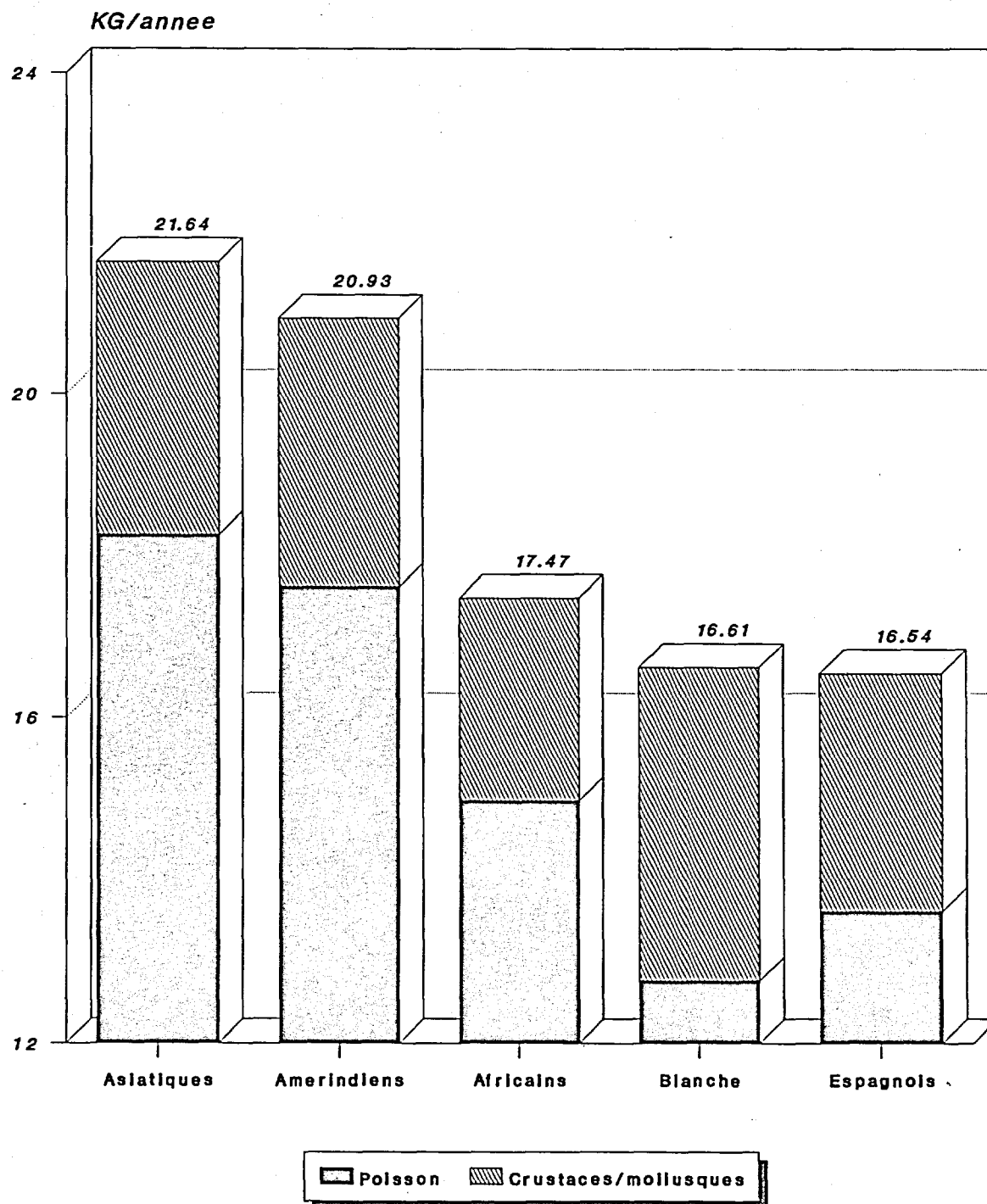
LA CONSOMMATION SELON LE SEXE

Toujours d'après l'étude précitée, la consommation annuelle de poisson et de fruits de mer en Floride est généralement plus forte chez les hommes que chez les femmes. Chez les hommes, la consommation annuelle totale par habitant est de 19,09 kilogrammes alors qu'elle est de 15,22 kilogrammes chez les femmes. De plus, la consommation annuelle par habitant de poisson tout comme celle de fruits de mer est plus élevée chez les hommes. Quant au lieu de consommation, on constate que l'un et l'autre sexe consomment plus de poisson et de fruits de mer au restaurant. En moyenne, les hommes consomment 10,49 kilogrammes de poisson et de fruits de mer par habitant au restaurant et 8,6 kilogrammes à la maison. Les femmes consomment en moyenne 7,72 kilogrammes de poisson et de fruits de mer par habitant au restaurant et 7,50 kilogrammes à la maison. Hommes et femmes consomment plus de fruits de mer au restaurant; les hommes consomment plus de poisson au restaurant; par contre, les femmes consomment plus de poisson à la maison.

LA CONSOMMATION SELON LA RACE

L'étude fait également état de la consommation de poisson et de fruits de mer selon la race. Les chiffres de consommation par habitant fournis sont les suivants : Asiatiques, 21,64 kilogrammes; Amérindiens, 20,93 kilogrammes; Africains, 17,47 kilogrammes; Espagnols, 13,62 kilogrammes et population de race blanche, 16,62 kilogrammes. On note des différences dans la consommation de fruits de mer selon les races : population de race blanche, 3,85 kilogrammes; Asiatiques, 3,39 kilogrammes; Amérindiens, 3,32 kilogrammes; Espagnols, 2,92 kilogrammes et Africains, 2,5 kilogrammes.

CONSOMMATION DE POISSON ET DE FRUITS DE MER, SELON LA RACE



Source: FAMRC

LA CONSOMMATION SELON L'ÂGE

La consommation annuelle de poisson et de fruits de mer en Floride analysée selon les groupes d'âge donne les résultats suivants : 35-49 ans, 18,37 kilogrammes; 18-34 ans, 18,25 kilogrammes; 50-64 ans, 16,03 kilogrammes; 65 ans et plus, 14,22 kilogrammes. Pour ce qui est du poisson, la consommation par habitant selon les groupes d'âge se répartit comme suit : 18-34 ans, 14,15 kilogrammes; 35-49 ans, 14,12 kilogrammes; 50-64 ans, 12,69 kilogrammes; 65 ans et plus, 11,89 kilogrammes. La consommation annuelle de fruits de mer par habitant est répartie comme suit : 35-49 ans, 4,25 kilogrammes; 18-34 ans, 4,1 kilogrammes; 50-64 ans, 3,34 kilogrammes; 65 ans et plus, 2,34 kilogrammes. La consommation annuelle par habitant selon le lieu se présente comme suit : 18-34 ans (9,85 kilogrammes au restaurant et 8,41 kilogrammes à la maison); 35-49 ans (9,95 kilogrammes au restaurant et 8,42 kilogrammes à la maison); 50-64 ans (8,25 kilogrammes au restaurant et 7,78 kilogrammes à la maison); 65 ans et plus (6,89 kilogrammes au restaurant et 7,34 kilogrammes à la maison). On constate que la consommation de fruits de mer au restaurant et la consommation de poisson à la maison sont supérieures dans tous les groupes d'âge.

LA CONSOMMATION ANNUELLE SELON L'ÂGE EN FLORIDE

Groupe d'âge	Lieu	Poisson	Fruits de mer
18-34	Au restaurant	7,02	2,83
	À la maison	7,13	1,28
35-49	Au restaurant	7,02	2,93
	À la maison	7,10	1,33
50-64	Au restaurant	5,97	2,28
	À la maison	6,72	1,06
65 et plus	Au restaurant	5,28	1,61
	À la maison	6,610	0,73

Source : University of Florida, Florida Agricultural Market Research Center.

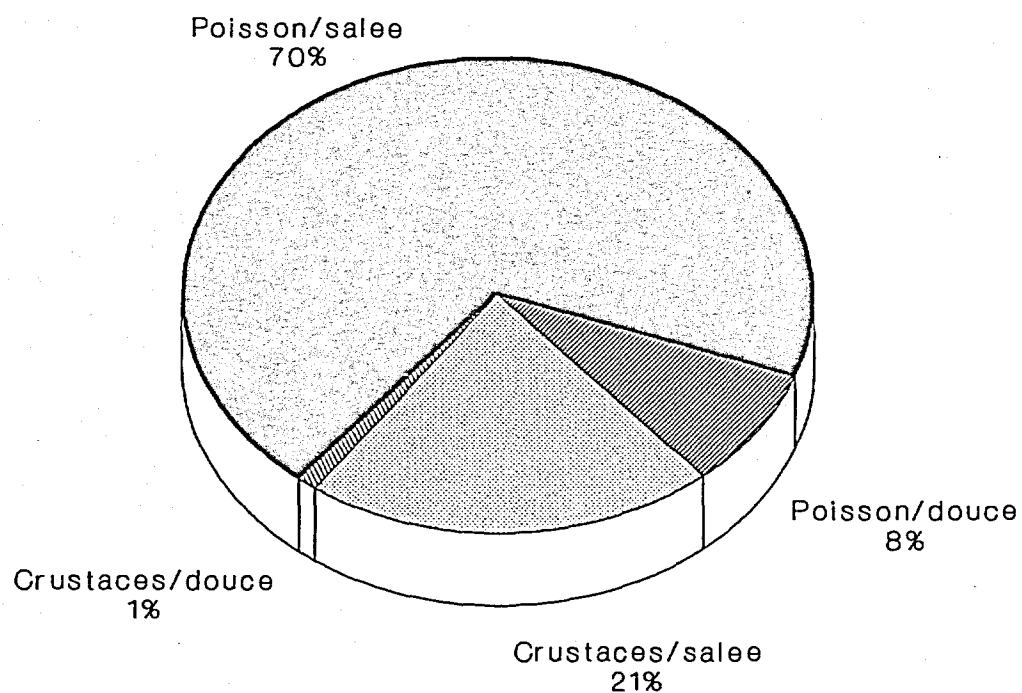
LA CONSOMMATION SELON LE REVENU

Selon l'étude effectuée par la University of Florida, il existe un rapport positif entre le niveau de consommation de poisson et de fruits de mer et le revenu pour toutes les tranches de revenu, la consommation par habitant augmentant avec le revenu. Voici les quantités annuelles consommées par habitant selon chaque tranche de revenus : 20 000 \$ et moins, 14,8 kilogrammes; de 20 000 \$ à 35 000 \$, 17,1 kilogrammes; de 35 001 \$ à 50 000 \$, 18,6 kilogrammes; plus de 50 000 \$, 21,3 kilogrammes. On constate un rapport positif entre la consommation annuelle de poisson par habitant et le revenu qui s'exprime de la façon suivante pour les différentes tranches de revenu : moins de 20 000 \$, 12,3 kilogrammes; de 20 000 \$ à 35 000 \$, 13,7 kilogrammes; de 35 000 \$ à 50 000 \$, 14,3 kilogrammes; plus de 50 000 \$, 15,9 kilogrammes. Il existe également un rapport positif entre la consommation annuelle de fruits de mer par habitant et le revenu : moins de 20 000 \$, 2,5 kilogrammes; de 20 000 \$ à 35 000 \$, 3,4 kilogrammes; de 35 001 \$ à 50 000 \$, 4,3 kilogrammes; plus de 50 000 \$, 5,4 kilogrammes. La consommation de poisson et de fruits de mer en Floride exprime également des tendances en fonction du revenu. La consommation au restaurant augmente au fur et à mesure de l'accroissement du revenu tandis que la consommation à la maison demeure constante peu importe le revenu. De façon similaire, la consommation de fruits de mer au restaurant augmente au fur et à mesure de l'augmentation du revenu tandis que la consommation des mêmes produits à la maison n'augmente que faiblement quand on passe à la catégorie de revenu au-dessus. On peut donc en conclure que l'augmentation de la consommation de poisson et de fruits de mer par suite d'un accroissement du revenu ne touche que la consommation au restaurant.

LA CONSOMMATION DES ESPÈCES D'EAU SALÉE ET D'EAU DOUCE

Les poissons et fruits de mer consommés par les résidents de la Floride proviennent principalement de l'eau salée. Des 16,8 kilogrammes de poisson et fruits de mer consommés par les résidents de la Floride, 15,36 kilogrammes (91 %) sont des espèces d'eau salée alors que 1,46 kilogramme (9 %) sont des espèces d'eau douce. Si l'on considère la consommation annuelle totale par habitant, le résident de Floride consomme 11,79 kilogrammes de poisson d'eau salée; 3,57 kilogrammes de fruits de mer d'eau salée; 1,27 kilogramme de poisson d'eau douce et 0,02 kilogramme de fruits de mer d'eau douce.

CONSOMMATION DE POISSON ET DE FRUITS DE MER, D'EAU SALEE ET D'EAU DOUCE



Source: FAMRC

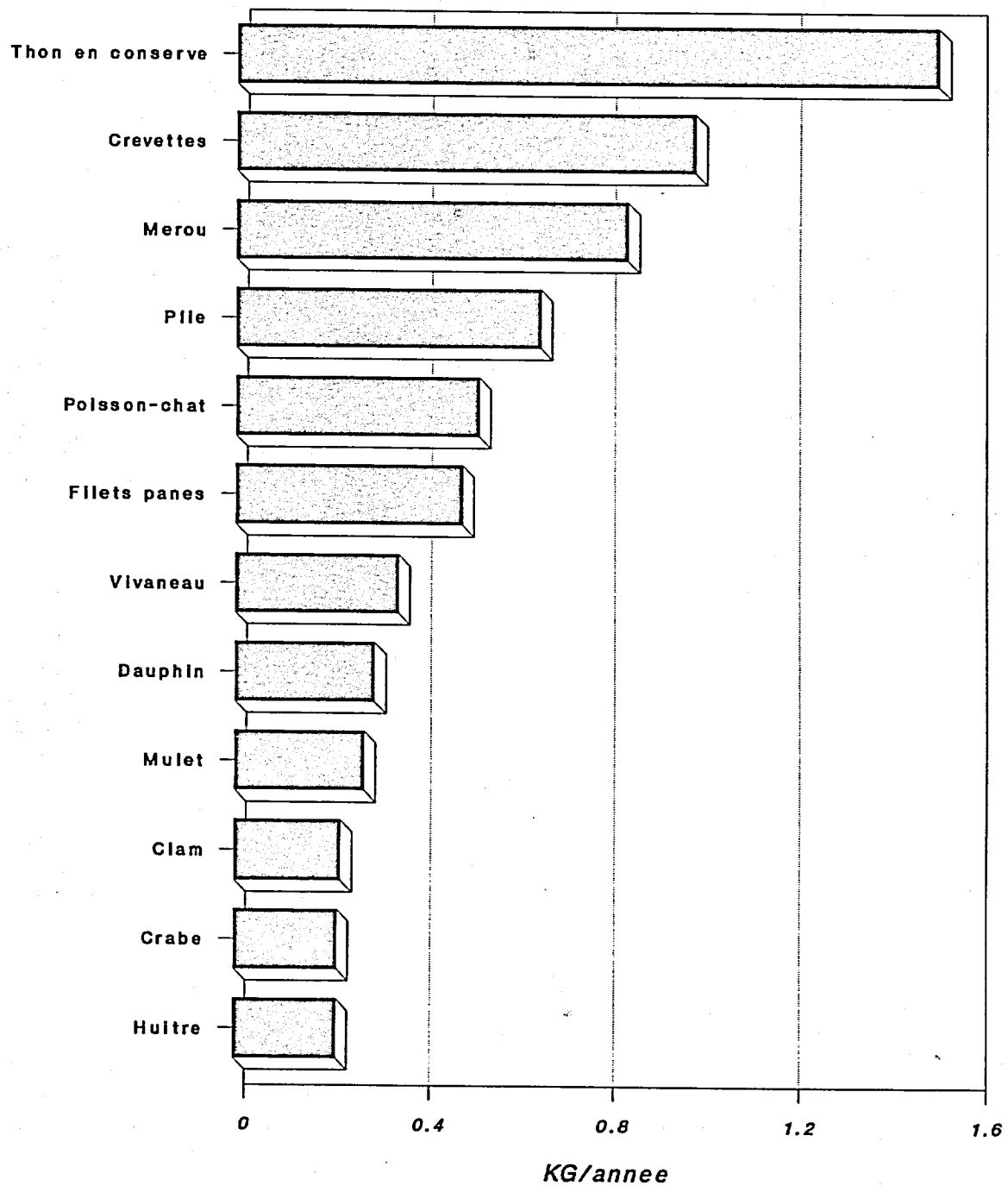
PRODUITS À VALEUR AJOUTÉE

Les résidents du sud de la Floride ont pris l'habitude de consommer de savoureux plats à base de poisson ou de fruits de mer préparés par des cuisiniers professionnels et comportant une douzaine d'ingrédients ou plus. Le récession du début des années 90 a réduit la part du revenu disponible pouvant être consacrée aux repas à l'extérieur si bien que les gens vont moins souvent au restaurant mais ils n'en ont pas perdu pour autant leur goût pour le poisson et les fruits de mer. Cette conjoncture a contribué à faire apprécier les produits à valeur ajoutée que l'on achète prêts à faire frire ou sauter, ou à cuire au four ou à la vapeur en quelques minutes. Les produits de la mer présentés en portions unitaires et les filets marinés ont permis aux consommateurs du sud de la Floride de compenser le manque d'argent et de temps. En outre, en raison des difficultés économiques et financières qui ont frappé le secteur du détail et celui de la restauration de cette région, les propriétaires et les gérants d'établissements se sont vus forcés de réduire leurs coûts et de s'accommoder d'une réduction générale du nombre des employés. On observe dans ces deux secteurs une nette tendance en faveur des produits à valeur ajoutée, d'autant plus qu'il est possible de s'approvisionner en produits préparés professionnellement qu'il s'agisse de filets ou de darnes, de rondelles de calmars panées, d'huîtres marinées ou en sauce, prêts à cuire sur le grill ou au four, à frire ou à servir avec une salade fraîche.

Le marché du sud de la Floride pour les produits alimentaires à valeur ajoutée est très compétitif et très sensible aux prix. Chaque année, quelque 12 000 nouveaux produits alimentaires sont lancés sur le marché américain. Une petite proportion seulement de ces produits réussissent à rester sur le marché du sud de la Floride pendant une période prolongée. Un certain nombre de consommateurs de cette région présentent particulièrement les fricadelles de poisson ou de fruits de mer congelées, faites avec du saumon, du thon, du poisson-chat et du *surimi*. La clientèle qui recherche ces fricadelles comprend aussi des entreprises exigeantes quant à la qualité comme les compagnies de croisières, les chaînes de restaurant, les grossistes et les détaillants. Les plats préparés à base de poisson et de fruits de mer constituent un autre produit à valeur ajoutée qui connaît un grand succès sur le marché du sud de la Floride. Ils sont écoulés principalement auprès des restaurateurs. Relativement variés, incluent notamment le saumon à la sauce *teriyaki*, avec lime, poivron rouge et légumes, le coryphène mariné à la sauce *teriyaki* et le *Sake Kasu*, filet de bar dans une marinade japonaise. L'industrie transformatrice conditionne des crevettes tigrées ou des crevettes blanches sautées dans l'huile avec pois, pousses de bambou et carottes, accompagnés d'un sachet d'assaisonnement, ou encore des crevettes au poivre citronnées ou des crevettes à la sauce aigre-douce avec ananas, poivrons d'Amérique et oignons. Un fournisseur très bien installé sur le marché américain offre un choix de six plats principaux à base de poisson ou de fruits de mer aux détaillants, aux compagnies de croisières, aux chaînes de restauration et aux distributeurs de style *club*. Le poisson-chat, de plus en plus prisé des consommateurs du sud de la Floride, est offert sous la forme de nouveaux produits, notamment en filets à l'Antillaise et en marinade mexicaine. Ces nouveaux produits peuvent être assaisonnés de différentes façons, enrobés de chapelure et présentés sous différents emballages selon la clientèle visée. Il peut également s'agir de produits marinés prêts à mettre sur le grill.

Un certain nombre de nouveaux produits à valeur ajoutée à base de poisson et de fruits de mer témoignent de l'engouement des Américains pour les mets asiatiques et pour les mets mexicains et de leur peu d'inclination à consacrer du temps à cuisiner. Ces nouveaux produits incluent notamment ceux à base de *surimi*, comme les rouleaux de printemps au poisson ou aux fruits de mer assortis de *surimi* et de fromage à la crème. Nombre de ces produits sont conditionnés d'une façon adaptée aux commerces de détail et aux services de restauration et vendus congelés et prêts à frire ou à cuire à la vapeur. Les traiteurs, les hôpitaux, et les bars achètent volontiers ces produits dont la demande croît rapidement. Une autre entreprise vend des repas tout prêts, comportant des pâtes fraîches, de la sauce préparée et des crevettes marinées à servir comme plat principal avec une sauce Alfredo. Il ne reste plus qu'à faire cuire les pâtes et à faire sauter les crevettes. La même entreprise a également mis au point un produit à base de hachis de crevettes enrobé de chapelure, prêt à cuire au four ou dans la friture, qui est très prisé dans les bars, les écoles et les hôpitaux. Le saumon jouit d'une réputation de plus en plus grande comme produit à valeur ajoutée sur le marché du sud de la Floride. Il existe une grande variété de produits à base de saumon, présentés sous vide enrobés de cassonade; saupoudrés de poivre noir en grains; assaisonnés d'épices Cajun ou d'aneth. Les portions précuites, désarêtés et prêtes à manger sont vendues à la pièce, ce qui est plus commode que les produits vendus à la livre. Chaque paquet porte un code à barres et comporte un trou qui permet de l'accrocher, ce qui donne diverses possibilités de présentation à l'étalage. Il existe un important potentiel de croissance sur le marché du sud de la Floride pour les produits à valeur ajoutée à base de poisson et de fruits de mer. En effet, les consommateurs de cette région recherchent des plats de qualité supérieure, à un prix raisonnable, qui requièrent peu de préparation.

CONSOMMATION DE POISSON ET DE FRUITS DE MER, AU RESTAURANT



Source: FAMRC

PRODUITS SPÉCIAUX

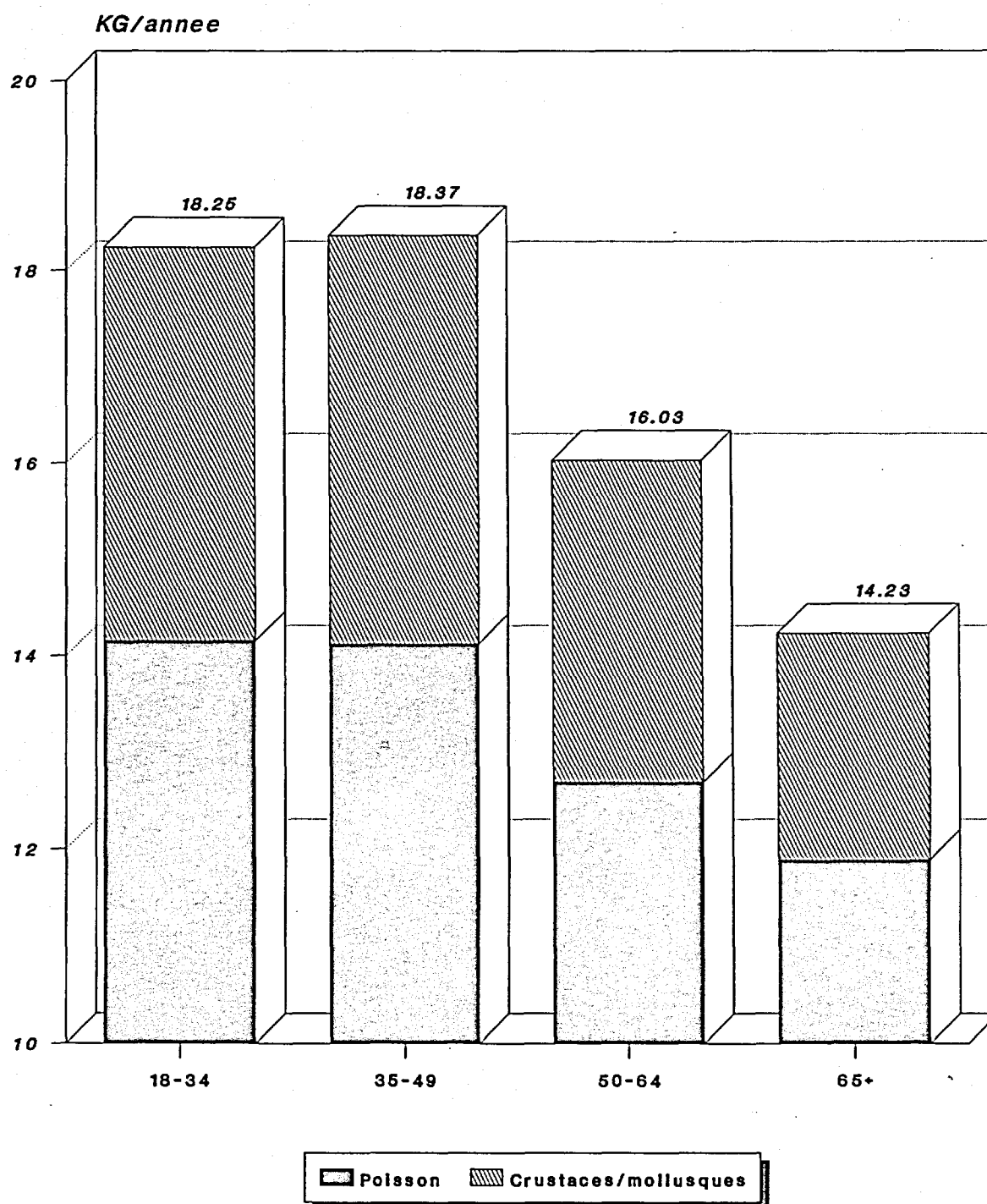
Fondamentalement, les produits spéciaux à base de poisson ou de fruits de mer représentent une façon nouvelle d'apprêter le poisson et les fruits de mer dans le sud de la Floride. Il ne s'agit pas de produits à valeur ajoutée, c'est-à-dire dont la coupe, la forme, l'enrobage ou le conditionnement a été modifié en vue d'améliorer la manutention, la présentation, la rentabilité et la valeur pour les utilisateurs et les consommateurs. Le caviar d'esturgeon et le saumon fumé, qui sont pratiquement des denrées de base de la haute gastronomie, sont depuis toujours au coeur de la catégorie des fruits de mer spéciaux. Ces mets délicats maintiennent leur domination, mais ils ont récemment été rejoints par un certain nombre de fruits de mer jusque-là inconnus dans le sud de la Floride. Les nouveaux produits spéciaux sont les pâtés, terrines, galantines et mousses à base de poisson ou de fruits de mer destinés aux marchés haut de gamme, le jambon, les *hot-dogs* et les saucisses de saumon pour les repas de tous les jours, les soupes et les sauces aux fruits de mer pour rehausser les repas et divers fruits de mer fumés pour lesquels la demande est forte dans le sud de la Floride.

Les pâtés, mousses, terrines et galantines au poisson ou aux fruits de mer sont de plus en plus répandus dans le marché du sud de la Floride, comme on a pu le constater au *Boston International Seafood Show and Seafare of the Americas*, tenu à Fort Lauderdale (Floride). Les appétissants pâtés sont aux crevettes et aux petites carottes, au homard et au Grand Marnier, aux pétoncles et aux champignons frais ou à la mousse de saumon fumé. Le choix de galantines est très vaste : truite fourrée au corégone, au fromage à la crème et aux épinards ou saumon fourré au corégone, au fromage en crème et aux légumes, par exemple. De plus, une grande variété d'autres produits comme les crevettes, le crabe et le homard sont accommodés avec des fines herbes et des épices variées dans des mets savoureux. D'autres produits à base de poisson ou de fruits de mer connaissent beaucoup de succès dans le sud de la Floride, comme le jambon et la saucisse de saumon. Le jambon de saumon contient beaucoup moins de matières grasses (1 à 5 %) que le jambon ordinaire. Il est aussi facile à utiliser et peut être employé de la même manière. L'utilisation du poisson et des fruits de mer dans la cuisine se diversifie aussi dans le sud de la Floride. Des petites entreprises expérimentent de nouvelles combinaisons de goûts et emploient des produits très variés de manière imaginative. Le poisson et les fruits de mer servent à rehausser de nombreux produits : soupes, sauces, trempettes, pâtes, condiments et vinaigrettes.

Les produits spéciaux à base de poisson et de fruits de mer apportent de la nouveauté dans les menus et les comptoirs de vente au détail du sud de la Floride. Les consommateurs ont le choix entre un large éventail de produits qui sortent de l'ordinaire, pour se faire plaisir ou pour recevoir. En règle générale, les consommateurs du sud de la Floride font preuve d'ouverture face aux produits de marques connues qui ont une réputation de qualité. Les exportateurs canadiens de produits spéciaux à base de poisson et de fruits de mer qui s'intéressent au marché du sud de la Floride doivent faire preuve de créativité et de persistance et accorder beaucoup d'importance à la qualité dans la mise au point de nouveaux produits. Néanmoins, des activités fructueuses en matière de recherche, de développement et de commercialisation dans le domaine des produits spéciaux peuvent permettre d'augmenter les ventes dans le marché du poisson et des fruits de mer du sud de la Floride et d'étendre le réseau d'acheteurs pour la région des Antilles.

Certains produits panés sont dorénavant dorés au préalable dans l'huile de canola. D'autres hors-d'oeuvre ont été lancés sur le marché des « aliments santé » : chili aux fruits de mer, beignets de crabe au fromage, bouchées aux crevettes orientales et pépites de poisson. Un produit récemment introduit dans le sud de la Floride connaît un succès particulier. Il s'agit d'un pain de thon de neuf livres, inspiré des produits de charcuterie. Il est destiné aux magasins de détail et aux établissements de service de repas et est constitué de thon à nageoires jaunes (albacore) et d'assaisonnements. Il peut être ordinaire ou naturellement fumé. Le pain de thon est complètement cuit et prêt à être tranché pour confectionner des sandwiches ou des amuse-gueule sur des craquelins ou des pointes de toast. Ce produit est fait à partir de thon frais congelé. Il ne contient pratiquement pas de matières grasses et sa teneur en cholestérol est très faible. C'est donc un produit sain que l'on peut substituer avantageusement aux amuse-gueule traditionnels qui sont habituellement riches en matières grasses. Un important détaillant du sud de la Floride vend des plats de fine cuisine prêts à réchauffer : l'hoplostète orange, filet de poisson pané, le poisson-chat au beurre noir, l'espadon à la française et la salade de calmars aux légumes et olives avec vinaigrette. De nombreux détaillants de la région achètent des produits spéciaux haut de gamme et les adaptent à leur propre clientèle qui peut être composée de cols bleus, de groupes ethniques ou de gastronomes. L'entreprise accorde une importance particulière à la qualité, à l'aspect pratique, à la valeur et au caractère abordable, puisque l'élément prix continue à être un critère essentiel pour un grand nombre de consommateurs.

CONSOMMATION DE POISSON ET DE FRUITS DE MER, SELON L'AGE



Source: FAMRC

ACCÈS AU MARCHÉ

NOMENCLATURE

Le document intitulé *The Seafood List: FDA's Guide to Acceptable Market Names for Seafood Sold in Interstate Commerce* établit la liste de noms acceptables pour les fruits de mer importés et disponibles aux États-Unis. Cette liste a été élaborée par la *Food and Drug Administration (FDA)*, en collaboration avec le *National Marine Fisheries Service (NMFS)*. Elle vise à promouvoir l'utilisation uniforme des noms acceptables de la FDA par l'industrie de la pêche et à donner des conseils cohérents sur leur utilisation. Cette liste qui énumère de manière exhaustive les poissons et les fruits de mer vendus aux États-Unis est fournie sous forme de base de données. Les critères suivants ont été utilisés pour déterminer les poissons et les fruits de mer qu'il convenait de citer et les noms qui seraient acceptables :

- 1) L'espèce est actuellement vendue dans le commerce inter-États aux États-Unis ou offre des perspectives de vente très intéressantes.
- 2) L'espèce ne figure pas dans la liste des espèces en voie de disparition.
- 3) La loi n'interdit pas la vente de l'espèce dans le commerce inter-États.
- 4) Les noms usuels ou les appellations commerciales déjà imposés par règlement fédéral ont été inscrits dans la liste.

Les appellations commerciales ont été déterminées par l'usage commun aux États-Unis. Lorsque plusieurs noms sont employés pour une espèce, l'appellation acceptable a été choisie en fonction des mentions antérieures et en collaboration avec la FDA et le NMFS. Il est conseillé d'utiliser l'appellation commerciale acceptable ou le nom usuel pour l'étiquetage des poissons et des fruits de mer, afin d'être sûr de bien se conformer aux règlements de la FDA et du NMFS. L'emploi du nom vernaculaire n'est pas encouragé; il pourrait donner lieu à un étiquetage erroné. On peut se procurer des exemplaires de *The Seafood List: FDA's Guide to Acceptable Market Names for Seafood Sold in Interstate Commerce* à l'adresse suivante :

U.S. Government Printing Office
Superintendent of Documents, Mail Stop: SSOP
Washington, D.C. 20402-9328
ISBN 0-16-042999-4

ÉTIQUETAGE ET CONDITIONNEMENT

À compter du 8 mai 1994, la présence des données nutritionnelles sur l'étiquette devient obligatoire pour tous les aliments, y compris les poissons et les fruits de mer. Certaines affirmations en matière de nutrition seront autorisées si des conditions particulières relatives à la composition sont respectées, pour l'étiquetage des aliments et pour les aliments servis au restaurant. Les données nutritionnelles concernant les poissons et les fruits de mer doivent être fournies au point d'achat par un moyen approprié : étiquetage sur les aliments, affichage sur un écriteau ou fourniture d'une brochure, d'un carnet ou d'un prospectus disponibles à proximité des aliments. Les données nutritionnelles figurant sur l'étiquette peuvent aussi être reprises dans un vidéo, dans une présentation publique ou par un autre moyen. Tous les détails sur le conditionnement et l'étiquetage des poissons et des fruits de mer importés aux États-Unis sont donnés dans la publication du *Department of Health and Human Services* des États-Unis, intitulée *Code of Federal Regulations: Food Labelling Requirements (CFR)*, que l'on peut se procurer auprès du *Center for Food Safety and Applied Nutrition, Industry Activities Section, Food and Drug Administration*, Washington, DC 20204.

INFORMATION FOURNIE PAR LA FDA

Tous les aliments destinés à la consommation humaine (y compris les poissons et les fruits de mer) qui sont introduits dans le commerce inter-États aux États-Unis ou dans les territoires américains ou qui sont livrés pour y être introduits doivent se conformer à la *Federal Food, Drug and Cosmetic Act (FD&C Act)*. Si les aliments sont offerts à la vente à titre de biens de consommation, ils doivent aussi respecter les exigences de la *Fair Packaging and Labelling Act (FPLA)*. On peut trouver les règlements qui ont été promulgués en vertu de ces lois sous le Titre 21 du *Code of Federal Regulations (CFR)* mentionné au paragraphe précédent.

Il est difficile de trouver un ouvrage de référence unique qui dresse la liste des normes et des lignes directrices que l'on peut utiliser pour déterminer si un poisson ou des fruits de mer respectent les règlements en vigueur aux États-Unis. En effet, l'évaluation faite par la FDA peut être modifiée par des circonstances particulières telles que les procédures de transformation, les données recueillies par l'enquête et l'utilisation finale du produit. Par conséquent, la *Food and Drug Administration* examine sur une base individuelle les actions en justice qu'elle intente. On peut se procurer les guides sur la politique d'observation, les programmes d'observation et les alertes à l'importation en communiquant avec :

Mary Hodge
 Food & Drug Administration
 Freedom of Information Office (HFI-35)
 5600 Fishers Lane
 Rockville, Maryland 20857

NOUVEAUX RÈGLEMENTS

Le 21 janvier 1994, la secrétaire du *Department of Health and Human Services* des États-Unis, Donna E. Shalala, a annoncé le lancement d'une vaste entreprise dans le domaine de la sécurité des aliments, en vertu de laquelle la *Food and Drug Administration* exigera de l'industrie américaine du poisson et des fruits de mer qu'elle établisse des mécanismes de contrôle qui seront soumis à sa supervision et à son contrôle réglementaire. Ces règlements auront une forte incidence sur les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer qui s'intéressent au marché américain. Les règlements de sécurité relatifs au poisson et aux fruits de mer sont fondés sur la notion du point de contrôle critique de l'analyse des risques (*Hazard Analysis Critical Control Point* - HACCP). Le système HACCP est conçu pour éviter les risques pour la sécurité. Les transformateurs et les importateurs de produits alimentaires peuvent l'appliquer afin de s'assurer que leurs produits sont aussi sécuritaires que possible pour la consommation humaine. Étant donné que près de 60 % du poisson et des fruits de mer offerts aux consommateurs des États-Unis sont importés, la FDA propose qu'il soit obligatoire que tous les poissons et fruits de mer importés soient soumis au système HACCP. Les nouveaux règlements s'appliqueront à tous les transformateurs, emballeurs, entrepôts et importateurs de poisson et de fruits de mer aux États-Unis et couvriront tous les aliments frais, congelés ou en conserve à faible taux d'acidité produits entièrement ou partiellement à partir de n'importe quel animal aquatique, sauf les oiseaux et les mammifères. Les sociétés de transport qui transportent les poissons et les produits de la pêche sans les transformer ne sont pas visées par ces nouveaux règlements. La vente au détail du poisson et des fruits de mer n'est pas visée mais la FDA a divulgué, au moment de l'annonce des nouveaux règlements, un code des aliments mis à jour qui servira de ligne directrice pour les détaillants en alimentation et les restaurateurs des États-Unis en ce qui a trait à la manipulation, à la cuisson, à l'entreposage et la présentation en étalage des poissons et des fruits de mer.

COURTIERS EN DOUANE

Les courtiers en douane du sud de la Floride peuvent fournir aux exportateurs de poissons et de fruits de mer canadiens divers services liés à l'importation et au dédouanement de marchandises aux États-Unis et dans d'autres marchés régionaux. Les courtiers en douane sont familiers avec les divers documents douaniers nécessaires et connaissent bien les lois, les règlements et les procédures liés à l'importation de marchandises. Ils peuvent donner des conseils sur les aspects suivants : inscription du pays d'origine, étiquetage des produits alimentaires, normes de sécurité des produits de consommation et questions relatives à la protection de l'environnement. Ils connaissent bien aussi les exigences douanières reliées à l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis (ALE) et à l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA). Même si une société est en mesure de s'acquitter des tâches confiées aux courtiers en douane, les consulats canadiens aux États-Unis recommandent unanimement le recours aux services des courtiers, afin d'éviter les problèmes et d'assurer l'adhésion à toutes les procédures.

DOCUMENTS

Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer qui envisagent de s'attaquer aux immenses marchés du sud de la Floride et des Antilles ne doivent pas oublier qu'il est capital que tous les documents d'importation et d'exportation soient remplis de la manière appropriée avant que les marchandises ne soient expédiées. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer vers les marchés du sud de la Floride ou des Antilles pourraient devoir produire les documents suivants : 1. Connaissance; 2. Facture commerciale; 3. Bordereau d'expédition; 4. Déclaration d'exportation (B-13); 5. Certificat d'inspection (QMP); 6. Certificat d'origine - Libre-échange Canada-États-Unis

CODE UNIVERSEL DES PRODUITS

En raison des nouveaux systèmes de lecture optique, la plupart des détaillants en alimentation importants des États-Unis exigent que les poissons et les fruits de mer sous conditionnement comportent un symbole CUP. Les fabricants ont tout intérêt à obtenir des codes officiels pour leur entreprise et leurs produits avant d'exporter vers les États-Unis. L'adhésion au *Uniform Code Council* se fait sur une base volontaire mais elle est obligatoire pour l'obtention d'un numéro de fabricant. Le coût de l'adhésion est proportionnel au chiffre des ventes. Pour de plus amples renseignements sur les codes universels des produits (CUP), veuillez communiquer avec l'organisme suivant : *Uniform Code Council, Inc.*, 8163 Old Yankee Road, Suite J, Dayton, Ohio 45458, Tél. : (513) 435-3870.

MARQUES DE COMMERCE

Les droits à une marque de commerce peuvent découler de l'usage ou de la présentation d'une demande au *Commissioner of Patents and Trademarks* des États-Unis. Les sociétés canadiennes qui souhaitent enregistrer une marque de commerce doivent désigner une personne résidant aux États-Unis qui recevra toutes les communications officielles. Pour de plus amples renseignements sur les marques de commerce, s'adresser à : *Commissioner of Patents and Trademarks*, Washington, DC 20231; tél. : (703) 557-4636.

AGENTS

Selon les modalités de l'entente, l'agent ou le représentant peut être autorisé à conclure des contrats de vente avec des clients pour le compte du transformateur. Dans le sud de la Floride, les agents travaillent habituellement à commission mais peuvent préférer être sous contrat, avec une entente au sujet des frais. Les agents du sud de la Floride peuvent apporter leur savoir-faire dans un grand nombre de domaines, y compris les renseignements sur les marchés si cela fait partie de l'entente avec le transformateur canadien. Un agent peut s'occuper de plusieurs gammes de poissons et de fruits de mer connexes mais non concurrentes, pour le compte de plusieurs fournisseurs. Habituellement, une vente se déroule de la manière suivante : l'agent obtient la commande et le fabricant fournit les marchandises et facture le client directement. Ensuite, le fabricant perçoit le paiement et verse à l'agent une commission sur la vente. L'exportateur canadien de poissons et de fruits de mer peut décider de donner à ses agents du sud de la Floride le pouvoir d'engager et de licencier les distributeurs selon les besoins. Dans ce cas, l'agent du sud de la Floride devient le directeur des ventes régionales. Il reçoit une commission sur les produits vendus par les distributeurs ou sur les nouvelles commandes des distributeurs. L'agent aide les distributeurs en assurant la formation du personnel de vente, en faisant des visites, en donnant des conseils aux distributeurs et, parfois, en assurant le service après-vente nécessaire. En règle générale, les exportateurs canadiens de poisson et fruits de mer conservent la plus grande partie du contrôle sur le processus de représentation indirecte lorsqu'ils signent un contrat avec des agents pour la vente. Le recours à un agent peut permettre d'obtenir une couverture géographique plus importante pour l'ensemble du marché du sud de la Floride et des Antilles, parce qu'un agent consciencieux rend visite à tous les distributeurs régionaux, à tous les marchands et à tous les acheteurs concernés.

DISTRIBUTEURS

Pour de nombreux poissons et fruits de mer, le recours à un distributeur est souvent le moyen le plus approprié pour la vente indirecte sur le marché des États-Unis, en particulier dans la région du sud de la Floride. Certains types de poissons et de fruits de mer sont fréquemment confiés à des distributeurs qui dirigent les produits vers les détaillants. Aux États-Unis, le distributeur achète les produits du transformateur étranger, les stocke dans ses entrepôts et les revend à ses détaillants dans l'ensemble de sa région. Les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer de ce genre doivent s'attendre à des conditions de vente plus longues pour de telles transactions. Les exportateurs canadiens qui font appel à un distributeur aux États-Unis perdent un peu de leur contrôle sur la commercialisation, y compris la livraison, puisque le distributeur approvisionne les détaillants directement.

COURTIERS

Aux États-Unis, le courtier cherche à vendre les produits de son fournisseur canadien et il transmet les demandes d'information sur les prix à son fournisseur canadien afin qu'il y réponde. Pour les courtiers du secteur du poisson et des fruits de mer du sud de la Floride, il est aussi important de satisfaire le client que le fournisseur. Ainsi, si le prix du produit d'un exportateur canadien n'est pas concurrentiel, le courtier pourrait vendre le produit d'un concurrent pour satisfaire son client. Le courtier peut recevoir une commission sur les ventes. Parfois, l'entente stipule qu'il reçoit les titres de propriété des marchandises et qu'il prend possession de celles-ci avant de les expédier, à partir de ses propres installations, vers la destination aux États-Unis.

IMPORTATEURS, DISTRIBUTEURS ET UTILISATEURS

La liste qui suit comprend les agents de liaison du sud de la Floride, pour le poisson et les fruits de mer, qui sont connus du *National Marine Fisheries Service* du département du Commerce. Il s'agit d'importateurs, de grossistes, de distributeurs, de négociants, de courtiers, de détaillants et d'agents qui travaillent dans le sud de la Floride. Cette liste d'entreprises englobe les formes de poisson et de fruits de mer suivantes : vivant, frais, congelé, séché, salé, en boîte, préparé, en conserve, plats cuisinés, produits à valeur ajoutée, produits spéciaux et autres produits de poisson et de fruits de mer. La conjoncture commerciale évolue constamment et, bien entendu, la liste d'importateurs, de distributeurs et d'utilisateurs ci-dessous n'est ni exhaustive ni immuable. Il est donc recommandé que les exportateurs canadiens de poisson et de fruits de mer vérifient l'exactitude des détails pertinents auprès de leurs agents de liaison commerciaux.

15th Street Fisheries Inc., 1900 S.E. 15th Street, Fort Lauderdale, Florida 33316-3006. Agent de liaison : Michael Hurst; tél. : (305) 947-0808; téléc. : (305) 763-2830. Produits : congelé, homard, restaurants.

Abu Fisheries Inc., P.O. Box 531351, Miami, Florida 33153-1351. Agent de liaison : Peck Bastida; tél. : (305) 891-2527; téléc. : (305) 891-1909. Produits : aquaculture, vivant, frais, poisson, homard.

AgroPesca, 1627 N.W. 38th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33311. Agent de liaison : Carlos Rodo; tél. : (305) 424-7444; téléc. : (305) 321-8509. Produits : frais, congelé, fumé, saumon, poisson, requin, pieuvre, calmar, algues.

AIS International Food Products, 2875 N.E. 191st Street, Suite 702, Miami, Florida 33180-2813; tél. : (305) 931-6693; téléc. : (305) 937-1395. Produits : en conserve, plats cuisinés, à l'huile, sardines, plats de poisson, poisson.

Alfa International Seafood, 2408 N.W. 72nd Avenue, Miami, Florida 33122-1303. Agent de liaison : Antonio Alvarez; tél. : (305) 594-3077; téléc. : (305) 594-3078. Produits : frais, congelé, thon, crevettes, mérou, bar.

Altrix International, 999 Ponce de Leon Boulevard, Coral Gables, Florida 33134-3000. Agent de liaison : Joe Thaggard; tél. : (305) 443-7100; téléc. : (305) 443-6688. Produits : congelé, crevettes, homard.

Ambassador Seafoods, 520 N.W. 165th Street, Miami, Florida 33169-6303. Agent de liaison : Rick Superstein; tél. : (305) 940-9133; téléc. : (305) 940-4851. Produits : congelé, crevettes, homard, queues de homard.

American Food Exchange Inc., 3660 N.W. 71st Street, Miami, Florida 33122. Agent de liaison : Carlos Sampedro; tél. : (305) 596-5992; téléc. : (305) 596-6067. Produits : congelé, frais, en conserve, crevettes, homard, queues de homard, sardines.

Ameritrade Systems Inc., 350 W. Flagler Street, Miami, Florida 33130-1513; tél. : (305) 372-0400; téléc. : (305) 539-1800. Produits : frais, congelé, poisson, fruits de mer, crustacés, distributeur et courtier en fruits de mer.

Antillean-American Trading, Coral Gables, Florida 33134. Agent de liaison : Salvador Castaneda; tél. : (305) 447-4567; téléc. : (305) 447-4567. Produits : congelé, crevettes, homard, saumon, ormeau.

Arawak International, 15315 S. Dixie Highway, Miami, Florida 33157-1831. Agent de liaison : Jack Loesch; tél. : (305) 235-2878; téléc. : (305) 235-2879. Produits : congelé, vivant, poissons plats, homard.

ASF Foods Inc., 6704 N.W. 20th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33309-1511; tél. : (800) 736-3569; téléc. : (305) 968-8354. Produits : frais, congelé, en conserve, fumé, poisson.

B & V Seafood Inc., 7850 N.W. 72nd Avenue, Medley, Florida 33166-2216. Agent de liaison : Louis Fuentes; tél. : (305) 883-5695; téléc. : (305) 884-0113. Produits : frais, congelé, homard, vivaneau, crustacés, poisson.

- Bahamas Seafood Limited*, 110 Lake Emerald Drive, Fort Lauderdale, Florida 33309-6207. Agent de liaison : Paul Van Boven; tél. : (305) 739-1383; téléc. : (305) 572-1111. Produits : congelé, homard, crevettes.
- Barnacle Seafoods Inc.*, 5301 N.W. 35th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33309-6315. Agent de liaison : Jerry Oxenberg; tél. : (800) 647-2857; téléc. : (305) 486-8092. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, palourdes, crustacés.
- Basic Food International Inc.*, 1300 S.E. 17th Street, Fort Lauderdale, Florida 33306. Agent de liaison : John Bauer; tél. : (305) 467-1700; téléc. : (305) 764-5110. Produits : frais, congelé, maquereau, sardines, mérou.
- Big K Seafood Farms Inc.*, 59.3 Mile Marker, U.S. Highway, Grassy Key, Florida 33050. Agent de liaison : James Krumme; tél. : (305) 743-7181; téléc. : (305) 743-0091. Produits : vivant, frais, d'élevage, sébaste, vivaneau, poisson.
- Bonefish Bay Seafood Corporation*, 78-B Coco Plum Drive, Lot 9, Marathon, Florida 33050-4013. Agent de liaison : Moises Arguez; tél. : (305) 633-9700; téléc. : (305) 743-7820. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, poisson.
- Brice International Seafood*, 2600 S. Hiatus Road, Davie, Florida 33330-1407. Agent de liaison : James Brice; tél. : (305) 475-1666; téléc. : (305) 475-8283. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, espadon.
- Captain Ed's Homard Trap, Inc.*, P.O. Box 21648, Fort Lauderdale, Florida 33335-1648. Agent de liaison : Ed Carlise; tél. : (305) 522-5722; téléc. : (305) 522-3190, frais, vivant, congelé, homard.
- Caribe Pacific Import/Export*, 1123 N.E. 17th Terrace, Fort Lauderdale, Florida 33304-2427. Agent de liaison : Dan Timmons; tél. : (305) 463-8818; téléc. : (305) 463-2497. Produits : congelé, crevettes, espadon, thon.
- Caribbean Pearl Incorporated*, 9500 N.W. 79th Avenue, Bay 15, Hialeah Gardens, Florida 33016-2520. Agent de liaison : Nemer Ahmad; tél. : (305) 362-9464; téléc. : (305) 362-1947. Produits : frais, congelé, homard, queues et chair.
- Casa Mar Seafood*, P.O. Box 1040, Tavernier, Florida 33070-1040. Agent de liaison : Stan Marvin; tél. : (305) 852-8325; téléc. : (305) 852-3163. Produits : frais, congelé, thon, maquereau, poisson.
- Cemco International Corporation*, 1260 E. Oakland Park Boulevard, Fort Lauderdale, Florida 33334-4418. Agent de liaison : Carl Gustafsson; tél. : (305) 566-3878; téléc. : (305) 566-4227. Produits : congelé, frais, fumé, saumon, moules, caviar, hareng.
- Channel Seafood International Inc.*, 1300 S.E. 17th Street, Suite #300, Fort Lauderdale, Florida 33316-1721. Agent de liaison : Mike Shooshani; tél. : (305) 463-8010; téléc. : (305) 463-8043. Produits : frais, congelé, maquereau, requin, tambour, poisson.
- Charles Lewis & Company*, P.O. Box 356, Dania, Florida 33004-0356. Agent de liaison : David Poll; tél. : (305) 920-6911; téléc. : (305) 920-6977. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, calmar.
- Claws, Tails & Scales Inc.*, 7337 N.W. 37th Avenue, Miami, Florida 33147-5800. Agent de liaison : Larry Kaplan; tél. : (305) 691-3344; téléc. : (305) 691-8866. Produits : frais, congelé, crabe, pinces, homard, queues.
- CNM International Tradings*, 9695 N.W. 79th Avenue, Bay 1, Hialeah Gardens, Florida 33016. Agent de liaison : Naji Jawhari; tél. : (305) 372-1300; téléc. : (305) 372-8004. Produits : séché, salé, mullet, ormeau, pétoncle.
- Consolidated Food Services*, 102 S.W. 56th Street, #110, Box 4, Miami, Florida 33165. Agent de liaison : John Serralles; tél. : (305) 598-8680; téléc. : (305) 598-0174. Produits : frais, congelé, mullet, crevettes, crabe, mérou.
- Davro Trading*, 5500 N.W. 21st Terrace, Fort Lauderdale, Florida 33309-2732. Agent de liaison : Caprice La Croix; tél. : (305) 491-8895; téléc. : (305) 491-9033. Produits : séché, plats de poisson, courtier en poissons et fruits de mer.
- Deep Sea Produits Inc.*, 1735 N.W. 79th Street, Miami, Florida 33126. Agent de liaison : Antonio Daglio; tél. : (800) 468-2781; téléc. : (305) 594-2182. Produits : frais, congelé, crevettes, requin, mérou.

- Diaz Fish and Meat Company Limited*, 1574 W. 39th Place, Hialeah, Florida 33012-7011. Agent de liaison : Roberto Diaz; tél. : (305) 825-2136; téléc. : (305) 825-2137. Produits : congelé, frais, vivaneau, mérrou.
- Didi Seafood Corporation*, 8005 N.W. 98th Street, Hialeah Gardens, Florida 33016-2319. Agent de liaison: Rolando Suarez; tél: (305) 822-1020; téléc: (305) 822-1965. Produit: frais, congelé, courtier en poissons et fruits de mer, mérrou, thon, vivaneau.
- Dynasty Marine Association Inc.*, 2970 Dolphin Drive, Marathon, Florida 33050-3036. Agent de liaison : Forrest Young; tél. : (305) 743-7666; téléc. : (305) 743-9063. Produits : d'élevage, vivant, poisson, anguille, vivaneau.
- E & G Food Company Inc.*, P.O. Box 3366, Hialeah, Florida 33013-0366. Agent de liaison : Guillermo Ouirch; tél. : (800) 458-5252; téléc. : (305) 691-2015. Produits : frais, congelé, crevettes, vivaneau, crabe.
- E & M Seafood Distributors Inc.*, P.O. Box 350277, Miami, Florida 33135-0277. Agent de liaison : Elio Perez; tél. : (305) 325-9912; téléc. : (305) 324-0751. Produits : congelé, frais, homard, crevettes, crabe.
- E & R International Seafood Inc.*, P.O. Box 41-4514, Miami, Florida 33141-0514. Agent de liaison : Eva Berman; tél. : (305) 865-0160; téléc. : (305) 866-8484. Produits : frais, congelé, en conserve, homard, crevettes, saumon, crabé.
- Eagle Express Trading*, 9010 S.W. 137th Avenue, Suite #21, Miami, Florida 33186-1438. Agent de liaison : Peter Suarez; tél. : (305) 382-5554; téléc. : (305) 382-5557. Produits : frais, congelé, requin, homard, poulpe.
- East Point Trading Corporation*, P.O. Box 144537, Coral Gables, Florida 33134-4537. Agent de liaison : Geraldo Ferrari; tél. : (305) 594-3842; téléc. : (305) 591-2548. Produits : frais, congelé, requin, tambour, merlu, mullet.
- Empire Seafoods Inc.*, 6941 N.W. 77th Terrace, Medley, Florida 33166-2548. Agent de liaison : Henry Torres; tél. : (800) 222-4030; téléc. : (305) 888-2868. Produits : congelé, vivant, frais, crevettes, homard, crabe.
- Florida Fumé Fish Industry Inc.*, 1111 N.W. 159th Drive, Miami, Florida 33169-5883. Agent de liaison : Steven Fishman; tél. : (305) 625-5112; téléc. : (305) 625-5528. Produits : fumé, poisson, saumon, corégone, thon.
- Fowler's Seafood*, 267 Minorca Avenue, Coral Gables, Florida 33134-4405. Agent de liaison : Jim Corbett; tél. : (305) 444-5775; téléc. : (305) 445-5775. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérrou, requin, tambour, poisson.
- Framor's Seafood Inc.*, 14951 S.W. 70th Street, Miami, Florida 33193-1054. Agent de liaison : Frank Morales; tél. : (305) 382-1487; téléc. : (305) 388-9319. Produits : vivant, frais, congelé, séché, homard, crevettes, requin.
- Global Food Corporation*, 1300 S.E. 17th Street, Fort Lauderdale, Florida 33316-1721. Agent de liaison : A. Berg; tél. : (305) 467-1700; téléc. : (305) 764-5110. Produits : frais, congelé, sardine, maquereau, mérrou, poisson.
- Golden Crevette and Homard*, 706 South Dixie Highway, Coral Gables, Florida 33133. Agent de liaison : Seafood Buyer; tél. : (305) 622-6711; téléc. : (305) 599-9480. Produits : congelé, crevettes, homard.
- Gourmet Foods International*, 4801 Pembroke Road, Hollywood, Florida 33021-8116. Agent de liaison : Bill Perl; tél. : (305) 966-3663; téléc. : (305) 983-0386. Produits : frais, congelé, saumon.
- Happy World America*, 7337 N.W. 37th Avenue, Miami, Florida 33147-5800. Agent de liaison : David Belfort; tél. : (305) 693-0663; téléc. : (305) 693-0975. Produits : frais, congelé, thon, espadon, mérrou.
- ICS Marine Inc.*, 9560 N.W. 41st Street, Miami, Florida 33178. Agent de liaison : Alfonso Gonzalez; tél. : (305) 594-9400; téléc. : (305) 594-9087. Produits : frais, congelé, mullet, crevette, crabe, mérrou.
- Import & Export International Inc.*, 2756 W. Davie Boulevard, Fort Lauderdale, Florida 33312. Agent de liaison : Maria Varillas; tél. : (305) 791-5184; téléc. : (305) 791-3458. Produits : plats de poisson, en conserve, sardines.

Interamerican Trading, P.O. Box 402427, Miami Beach, Florida 33140-0427. Agent de liaison : Claudio Peurmanh; tél. : (305) 885-9666; téléc. : (305) 885-0402. Produits : frais, congelé, crabe, pincés, homard.

Intermares Group Inc., 7700 N.W. 74th Avenue, Medley, Florida 33166; tél. : (305) 885-0511; téléc. : (305) 855-0340. Produits : en conserve, préparé, transformé, sardine et thon.

International Food Emporium Inc., 687 N.E. 79th Street, Miami, Florida 33138-4709. Agent de liaison : Mark Zaslavsky; tél. : (800) 7-CAVIAR; téléc. : (305) 758-0008. Produits : fumé, en conserve, saumon, caviar, lompe, mérrou.

International Food Trade, 7371 N.W. 40th Street, Fort Lauderdale, Florida 33319-3938. Agent de liaison : Chris Garcis; tél. : (305) 748-0000; téléc. : (305) 572-1111. Produits : congelé, queues de homard.

Islamorada Fish Company Inc., P.O. Box 283, Islamorada, Florida 33036-0283. Agent de liaison : George Hertel; tél. : (800) 258-2559; téléc. : (305) 664-5017, frais, congelé, thon, poisson.

Kaelbel Wholesale Seafoods, 540 N.E. 26th Court, Pompano Beach, Florida 33064-5428. Agent de liaison : Edward Kaelbel; tél. : (800) 346-0328; téléc. : (305) 941-4556. Produits : frais, requin, mérrou, poisson.

Kalamar Seafood Inc., 2315 W. 77th Street, #105, Hialeah, Florida 33016-1869. Agent de liaison : Roberto Vasquez; tél. : (305) 822-5586; téléc. : (305) 556-4418. Produits : frais, congelé, saumon, poisson, crustacés.

Katamaran Seafood Corporation, 11817 S.W. 103rd, P.O. Box 161, Miami, Florida 33186-2725. Agent de liaison : Maria de Mares; tél. : (305) 634-6696; téléc. : (305) 635-8572. Produits : frais, congelé, requin, palourdes, homard, maquereau.

Kenbourne International Inc., 1650 N.W. 94th Avenue, Miami, Florida 33172-2836. Agent de liaison : Carlos Sanchez; tél. : (305) 592-1599; téléc. : (305) 592-8914. Produits : frais, congelé, saumon, truite, espadon, requin, crevettes.

Key Largo Fisheries, 1313 Ocean Bay Drive, Key Largo, Florida 33037-4216. Agent de liaison : Jack/Tom Hill; tél. : (800) 432-4358; téléc. : (305) 451-3215. Produits : frais, congelé, homard, crabe, pincés.

Keys Fisheries Incorporated, 3390 Gulfview Avenue, Marathon, Florida 33050-2311. Agent de liaison : Gary Graves; tél. : (305) 743-3473; téléc. : (305) 743-3545. Produits : congelé, crabe, pincés, crustacés.

Keys Seafoods Inc., 1258 Oceanview Avenue, Marathon, Florida 33050-2115. Agent de liaison : James Faircloth; tél. : (305) 743-3257; téléc. : (305) 743-8725. Produits : frais, congelé, homard, crabe, pincés.

Kitchens of the Ocean, 104 S.E. 5th Court, Deerfield Beach, Florida 33441-4750. Agent de liaison : Brad Margus; tél. : (800) 421-2192; téléc. : (305) 421-5207. Produits : congelé, pané, vivant, crabe, homard, crustacés.

Lamar Seafood Inc., 2545 N.W. 74th Avenue, Miami, Florida 33122-1417. Agent de liaison : Sonny Moog; tél. : (800) 264-1647; téléc. : (305) 438-6834. Produits : frais, congelé, crevettes, crabe.

Links Homards, 1101 S. Dixie Highway W., Pompano Beach, Florida 33060-7825, Marty Linkiewicz; tél. : (305) 941-6050; téléc. : (305) 941-7676. Produits : congelé, vivant, homard.

Lista Enterprise Seafood, 5895 W. 2nd Avenue, Hialeah, Florida 33012-2685. Agent de liaison : Luis Lista; tél. : (305) 557-9491; téléc. : (305) 557-9561. Produits : frais, congelé, homard, crevettes, poisson.

Ludwig Crevette Company, P.O. Box 520661, Miami, Florida 33152-0661. Agent de liaison : Bernard Ludwig; tél. : (305) 267-5888; téléc. : (305) 267-0370. Produits : frais, congelé, crevettes, homard.

Lunar Seas Inc., 5220 N. Ocean Drive, Hollywood, Florida 33019-4301. Agent de liaison : Thorir Grondal; tél. : (305) 920-6976; téléc. : (305) 920-6977. Produits : frais, congelé, salé, poisson, crustacés, espadon.

Margani Seafood Inc., 11890 N.W. 87th Court, Bay 3, Hialeah, Florida 33016. Agent de liaison : Anibal Alonso; tél. : (305) 362-9485; téléc. : (305) 828-6382. Produits : vivant, frais, congelé, homard, thon, crabe.

Miami Seafoods Inc., 7337 N.W. 37th Avenue, Miami, Florida 33147-5800. Agent de liaison : Larry Zeisel; tél. : (800) 848-6878; téléc. : (305) 691-3474. Produits : frais, congelé, espadon, bar, merlan.

Midland Services Inc., 2550 N.W. 72nd Avenue, Suite #310, Miami, Florida 33122-1347. Agent de liaison : Gale Lam; tél. : (305) 591-3155; téléc. : (305) 591-7610. Produits : frais, congelé, crevettes, homard, queues.

Modern Services Inc., 4206 Laguna Street, Coral Gables, Florida 33146-1801. Agent de liaison : David Dunbar; tél. : (305) 448-7541; téléc. : (305) 441-2394. Produits : frais, congelé, pétoncles, truite, maquereau.

National Fisheries Company, 311 N.W. South River Drive, Miami, Florida 33128-1519. Agent de liaison : Sid Stern; tél. : (305) 545-8899; téléc. : (305) 545-7212. Produits : vivant, frais, congelé, vivaneau, mérou, homard, crevettes.

Nick's Seafoods, P.O. Box 6365777, Margate, Florida 33063. Agent de liaison : Joe Santangelo; tél. : (305) 973-2991; téléc. : (305) 753-4069. Produits : frais, congelé, requin, palourdes, homard.

Novie Iceland Inc., 64 N.E. 73rd Street, Miami, Florida 33138-5350. Agent de liaison : Barry Karch; tél. : (305) 759-2438; téléc. : (305) 756-8628. Produits : frais, fumé, saumon.

Ocean Dynasty International Inc., 1400 E. Oakland Park Boulevard, Fort Lauderdale, Florida 33334-4400. Agent de liaison : Martha Hernandez; tél. : (305) 981-5800; téléc. : (305) 981-9020. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, requin, poisson.

Ocean King Defonso Seafoods, 2450 Hollywood Boulevard, Hollywood, Florida 33020-6616. Agent de liaison : Jack Defonso; tél. : (305) 921-2112; téléc. : (305) 921-1223. Produits : congelé, frais, crevettes, mérou, homard.

Ocean Food Imports Inc., 1109 N. 21st Avenue, Hollywood, Florida 33020-3111. Agent de liaison : Raymond Courte; tél. : (305) 923-2339; téléc. : (305) 921-1223. Produits : congelé, crevettes.

Pacific Ocean Seafood Imports, 7228 N.W. 56th Street, Miami Springs, Florida 33166-4202. Agent de liaison : Roberto Alvarez; tél. : (305) 883-7332; téléc. : (305) 883-7326. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, thon, espadon.

Pemar Seafood Inc., 9040 S.W. 72nd Street, Suite #75, Miami, Florida 33173. Agent de liaison : Pedro Martinez; tél. : (305) 274-0274; téléc. : (305) 274-1112. Produits : frais, congelé, mullet, crevette, crabe, mérou.

Pesca Mar Inc., 4995 N.W. 72nd Avenue, Miami, Florida 33166-5620. Agent de liaison : Eduardo Gerena; tél. : (305) 594-7254; téléc. : (305) 594-7524. Produits : frais, congelé, requin, colin, hareng, crabe.

Poseidon's 7 Seas Inc., 267 Corsair Avenue, Land-By-The-Sea, Florida 33308-3503. Agent de liaison : John Christopher; tél. : (305) 493-8839; téléc. : (305) 493-9818. Produits : frais, congelé, vivaneau, mérou, thon.

Purity Seafoods Inc., 15801 N.W. 15th Avenue, Miami, Florida 33169. Agent de liaison : Gary Gordon; tél. : (305) 624-9773; téléc. : (305) 624-8696. Produits : congelé, frais, saumon, crabe, chair de crabe.

Quest Inc., 7850 N.W. 72nd Avenue, Medley, Florida 33166-2216. Agent de liaison : Ronald Miller; tél. : (305) 885-0973; téléc. : (305) 887-0474. Produits : frais, congelé, mullet, crevettes, crabe, mérou.

Saumon & Seafood Distributors Inc., 1220 N.W. 72nd Avenue, Miami, Florida 33126. Agent de liaison : Gonzalo Redondo; tél. : (305) 470-9996; téléc. : (305) 470-9973. Produits : frais, congelé, fumé, saumon de l'Atlantique, pétoncles.

San Marino Seafood Corporation, 1631 N.W. 38th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33311-4116. Agent de liaison : Clifford Hall; tél. : (305) 587-0713; téléc. : (305) 587-0713. Produits : congelé, frais, fumé, crevettes, saumon, homard, pétoncles.

- Sanitary Fish Market*, 64 N.E. 73rd Avenue, Miami Beach, Florida 33138. Agent de liaison : David Fein; tél. : (800) 330-6281; téléc. : (305) 672-3550. Produits : frais, fumé, mérrou, vivaneau, espadon.
- Scanwill Gourmet Food*, 1627 N.W. 38th Avenue, Fort Lauderdale, Florida 33311. Agent de liaison : Willy Hansen; tél. : (800) 786-5105; téléc. : (305) 792-5108. Produits : frais, congelé, fumé, saumon, poisson, requin.
- Sea World Seafood Distributors Inc.*, 1510 S.W. 3rd Street, Pompano Beach, Florida 33069-3246. Agent de liaison : Bud Balbier; tél. : (305) 785-1700; téléc. : (305) 789-7106. Produits : frais, congelé, pétoncles, poisson.
- Seafood Exchange of Florida*, 3316 Virginia Street, Coconut Grove, Florida 33133-5220. Agent de liaison : Phillip Corey; tél. : (305) 444-5120; téléc. : (305) 446-9844. Produits : congelé, homard, crustacés.
- ServiOcean International Inc.*, 100 S.E. 2nd Street, Suite 2930, Miami, Florida 33131. Agent de liaison : Carlos Valdano; tél. : (305) 375-0696; téléc. : (305) 371-6914. Produits : congelé, crevettes, crabe, chair de crabe, homard, crustacés.
- Southeast Foods Inc.*, 7925 N.W. 12th Street, Apt. 229, Miami, Florida 33126-1821. Agent de liaison : Mario Varela; tél. : (305) 593-0242; téléc. : (305) 593-1527. Produits : congelé, en conserve, mullet, crevettes, crabe, mérrou.
- Super Value Trading International*, 6555 N.W. 36th Street, Suite 105, Miami Springs, Florida 33166-6903. Agent de liaison : Nelson Vegas; tél. : (305) 871-6691; téléc. : (305) 871-6798. Produits : frais, congelé, vivaneau, crevettes, homard.
- Suram Trading Corporation*, 2655 South Le Jeune Road, Suite #1, Coral Gables, Florida 33134-5827. Agent de liaison : Guido Adler; tél. : (305) 448-7165; téléc. : (305) 445-7185. Produits : frais, congelé, pétoncles, crevettes, homard, crustacés.
- T & K Seafood Inc.*, 14085 N.W. 27th Avenue, Opa Locka, Florida 33054-3654. Agent de liaison : Ralph Becker; tél. : (305) 688-4602; téléc. : (305) 631-5086. Produits : frais, congelé, poisson, crustacés, vivaneau, homard.
- Tekmart International Company*, 7215 N.W. 41st Street, Miami, Florida 33166-6701. Agent de liaison : Carlos Cabezas; tél. : (305) 599-1559; téléc. : (305) 559-1779. Produits : frais, congelé, mullet, crevettes, crabe, mérrou.
- Tokoyo Food Service*, P.O. Box 69-5096, Miami, Florida 33269-2096. Agent de liaison : Yasutaka Miyauchi; tél. : (305) 651-1417; téléc. : (305) 925-5307. Produits : frais, congelé, maquereau.
- Tokyo Food Service*, 1210 Stirling Road, #6, Dania, Florida 33004-3536. Agent de liaison : Kazuo Uchiyama; Tél. : (305) 924-5305; téléc. : (305) 925-5307. Produits : frais, congelé, thon, poulpe, anguille, algues.
- Triple M Seafood*, P.O. Box 8067, Fort Lauderdale, Florida 33310-8067. Agent de liaison : Michael Montello; tél. : (800) 749-FISH; téléc. : (305) 782-3616. Produits : frais, congelé, requin, espadon, thon.
- Tropical Seafood*, 1357 N.W. 88th Avenue, Miami, Florida 33172-3019. Agent de liaison : Mike Goldberg; tél. : (305) 599-3075; téléc. : (305) 599-3076. Produits : frais, congelé, requin, poisson plat de l'Atlantique.
- United Seafood Enterprise*, P.O. Box 313, Key Biscayne, Florida 33149-0313. Agent de liaison : Eric Druckman; tél. : (305) 358-3533; téléc. : (305) 358-6848, congelé, frais, queues de homard, thon.
- Windward Seafoods*, 2050 N.W. 70th Avenue, Miami, Florida 33122. Agent de liaison : Rafael Puga; tél. : (305) 477-4855; téléc. : (305) 477-3556. Produits : frais, congelé, fumé, courtier en fruits de mer, espadon, crevettes.
- Worldwide Commodity Trading*, P.O. Box 144302, Coral Gables, Florida 33114-4302. Agent de liaison : Denise Duval; tél. : (305) 443-6611; téléc. : (305) 447-6611. Produits : frais, congelé, requin, ormeau, poisson plat de l'Atlantique, crevettes.
- Yankee Clipper Trading*, 8111 S.W. 103rd Street, Miami, Florida 33189. Agent de liaison : John Maderal; tél. : (305) 285-4840; téléc. : (305) 285-8362. Produits : frais, congelé, thon, vivaneau, mérrou.

DIRECTIONS COMMERCIALES GÉOGRAPHIQUES

Si vous avez besoin de conseils ou de renseignements au sujet d'une région ou d'un pays en particulier, vous pouvez les obtenir auprès des délégués commerciaux des diverses *Directions commerciales géographiques*, dont les bureaux se trouvent au ministère des Affaires étrangères et du Commerce international au 125, promenade Sussex, Ottawa (Ontario) K1A 0G2 [Télec. : {613} 996-9103].

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE, DE L'INVESTISSEMENT ET DE LA TECHNOLOGIE AVEC L'EUROPE DE L'OUEST {RWT} Tél. : {613} 995-9401; téléc. : {613} 995-6319

Allemagne, Autriche, Belgique, Chypre, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Islande, Italie, Luxembourg, Malte, Norvège, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Suède, Suisse, Turquie.

DIR. DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC L'ASIE DU SUD {PSA} Tél: {613} 996-5897; téléc: {613} 996-5897
Afgghanistan, Bengladesh, Bhoutan, Inde, Népal, Pakistan, Sri Lanka

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC LA CHINE {PRC} Tél. : {613} 995-7575; téléc: {613} 943-1068
Chine, Hong Kong, Viêt-nam

DIR. DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC L'ASIE DU SUD-EST {PSE} Tél: {613} 996-8187; téléc: {613} 996-4309
Brunéi, Burma, Indonésie, Malaisie, Myanmar, Philippines, Singapour, Thaïlande

DIR. DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC L'ASIE DE L'EST {PKE} Tél: {613} 995-1183; téléc: {613} 996-1248
Corée, Viêt-nam, Taïwan

DIR. DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC LE PACIFIQUE DU SUD {PSP} Tél: {613} 944-1830; téléc: 996-4309
Australie, Nouvelle-Zélande, îles du Pacifique Sud

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE AVEC LE JAPON {PJP} Tél: {613} 995-1281; téléc. : {613} 943-8286

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN EUROPE CENTRALE ET EN EUROPE DE L'EST {RBT} Tél. : {613} 996-2858; téléc. : {613} 995-8783
Albanie, Bulgarie, Croatie, Hongrie, Kazakhstan, Lettonie, Mongolie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Russie, Slovaquie, Ukraine, Yougoslavie

DIRECTION DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN AMÉRIQUE LATINE ET DANS LES ANTILLES {LGT} Tél. : {613} 996-5546; téléc. : {613} 943-8806
Antilles du Commonwealth, Antilles néerlandaises, Argentine, Bermudes, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Équateur, El Salvador, Guatemala, Honduras, Mexique, Nicaragua, Paraguay, Pérou, République dominicaine, Uruguay, Venezuela

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE ET DE L'INVESTISSEMENT DES ÉTATS-UNIS {UTI} Tél. : {613} 944-5849; téléc. : {613} 944-9119
Chicago, Dallas, Los Angeles, Minneapolis, San Diego, San Francisco, San Jose, Seattle

DIRECTION DE LA PROMOTION DU COMMERCE ET DU TOURISME DES ÉTATS-UNIS {UTO} Tél. : {613} 944-7343; téléc. : {613} 944-9119
Atlanta, Boston, Buffalo, Cincinnati, Cleveland, Dallas, Dayton, Miami, Philadelphia, Pittsburgh, Princeton, San Juan, Warren

DIRECTION GÉNÉRALE DE L'EXPANSION DU COMMERCE EN AFRIQUE ET AU MOYEN-ORIENT {GBT} Tél. : {613} 944-6593; téléc. : {613} 944-7431/7
Afrique du Sud, Bahreïn, Bénin, Cameroun, Cape Vert, Comores, Côte d'Ivoire, Égypte, Émirats arabes unis, Gabon, Gambie, Israël, Jordanie, Kenya, Mali, Maroc, Mozambique, Namibie, Nigéria, Tanzanie, Togo, Tunisie, Zaïre, Zambie, Zimbabwe

CENTRES DU COMMERCE INTERNATIONAL

Le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, en coopération avec Industrie Canada, a établi des centres du Commerce international (CCI) dans les différentes régions du Canada afin d'aider les exportateurs rompus ou non au commerce international. Ces centres fournissent des publications sur l'exportation, recrutent des participants pour des foires et des missions commerciales et offrent un large éventail de services aux entreprises intéressées aux marchés d'exportation ou désireuses de créer des coentreprises avec des investisseurs étrangers. Pour obtenir des conseils relatifs à l'exportation, les entreprises peuvent également s'adresser à l'InfoCentre du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international à Ottawa. Les entreprises de l'extérieur de la région d'Ottawa peuvent communiquer avec l'InfoCentre au numéro sans frais 1-800-267-8376, et celles de la région d'Ottawa peuvent composer le 993-6435.

COLOMBIE-BRITANNIQUE

P.O. Box 11610, 900-650 W. Georgia Street, Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 5H8; tél. : {604} 666-0434; téléc. : {604} 666-8330

MANITOBA

P.O.Box 981, 330 Portage Avenue, 8th Floor, Winnipeg (Manitoba) R3C 2V2; tél. : {204} 983-8036; téléc. : {204} 983-2187

ALBERTA**Edmonton**

Room 540, Canada Place, 9700 Jasper Avenue, Edmonton (Alberta) T5J 4C3; tél. : {403} 495-2944; téléc. : {403} 495-4507

Calgary

Suite 1100, 510-5th Street S.W., Calgary (Alberta) T2P 3S2; tél. : {403} 292-6660; téléc. : {403} 292-4578

NOUVELLE-ÉCOSSE

P.O.Box 940, Station "M", 1801 Hollis Street, Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 2V9; tél. : {902} 426-4782; téléc. : {902} 426-2624

TERRE-NEUVE

215 Water Street, Suite 504, P.O. Box 8950, St. John's (Terre-Neuve) A1B 3R9; tél. : {709} 772-5511; téléc. : {709} 772-2373

NOUVEAU-BRUNSWICK

P.O.Box 1210, 770, rue Main, Moncton (Nouveau-Brunswick) E1C 8P9; tél. : {506} 851-6452; téléc. : {506} 851-6429

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

P.O.Box 1115, 134 Kent Street, Suite 400, Charlottetown (Î.-P.-É.) C1A 7M8; tél. : {902} 566-7400; téléc. : {902} 566-7450

SASKATCHEWAN

#119-4th Avenue South, 4th Floor, Saskatoon (Saskatchewan) S7K 5X2; tél. : {306} 975-5315; téléc. : {306} 975-5334

ONTARIO

Dominion Public Building, 4th Floor, 1 Front Street W., Toronto (Ontario) M5J 1A4; tél. : {416} 973-5053; téléc. : {416} 973-8161

QUÉBEC

C.P. 247, 800 Place Victoria, Pièce 3800, Montréal (Québec) H4Z 1E8; tél. : {514} 283-8185; téléc. : {514} 283-8794

BIBLIOGRAPHIE

- Economist Intelligence Unit. United States: Country Profile, 1994.*
- Economist Intelligence Unit. United States: Country Report, 1^{er} trimestre 1994.*
- Food and Drug Administration. An Introduction to the New Food Label, 1994.*
- Food and Drug Administration. Code of Federal Regulations: Food Labelling Requirements.*
- Food and Drug Administration. Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guide, 1994.*
- Food and Drug Administration. The Seafood List: FDA's Guide to Acceptable Market Names for Seafood Sold in Interstate Commerce, U.S. Government Printing Office, 1993.*
- Frozen Food Age. Highest Dinner/Entrée Penetration in the United States, 1994.*
- Greater Fort Lauderdale Chamber of Commerce. Fort Lauderdale: 1994 Guide. Greater Fort Lauderdale Chamber of Commerce, Inc., Florida, 1994.*
- Naisbitt, John. Global Paradox: the bigger the world economy, the more powerful its smallest players, Avon Books, division de The Hearst Corporation, New York, 1994.*
- Quick Frozen Foods International. Modern Food Manufacturing and Marketing, 1994.*
- Seafood Business. Marketing Seafood, 1994.*
- Seafood Business. The Seafood Handbook: Battle for the Competitive Edge, 1994.*
- Seafood Leader. Seafood Packaging: High Quality, High Tech, High Cost, 1993.*
- Seafood Leader. What do Consumers Want?, 1994.*
- Seafood Trend Newsletter. Americans Have Come Back to Seafood, 6 juin 1994.*
- SeafoodService. Cash in on Seafood: Have You Caught the Wave of Profit Potential?, 1994.*
- Simply Seafood/Seafood Leader. Sea Fare Americas & Food Fair of the Americas: Show Booklet and Guide, Fort Lauderdale Convention Centre, Florida, 7 et 8 février 1995.*
- South Florida Business Journal. The Book of Lists, p. 98-100, 29 avril-2 mai 1994.*
- U.S. Department of Commerce. Primary Receivers of Imported Fishery Products, National Marine Fisheries Services, Research Management Division, Miami (Florida), janvier 1995.*
- University of Florida. Consumer and Restaurant Manager Reaction to Deperated Oysters and Clams, Florida Agricultural Market Research Center, Institute of Food & Agricultural Sciences, juin 1994.*
- University of Florida. Per Capita Fish and Shellfish Consumption in Florida, Florida Agricultural Market Research Center, Food & Resource Economics Department, Institute of Food & Agricultural Sciences, Industry Report #94-2.*