

Canada

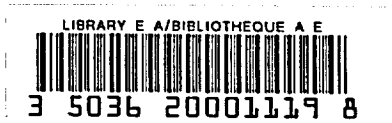
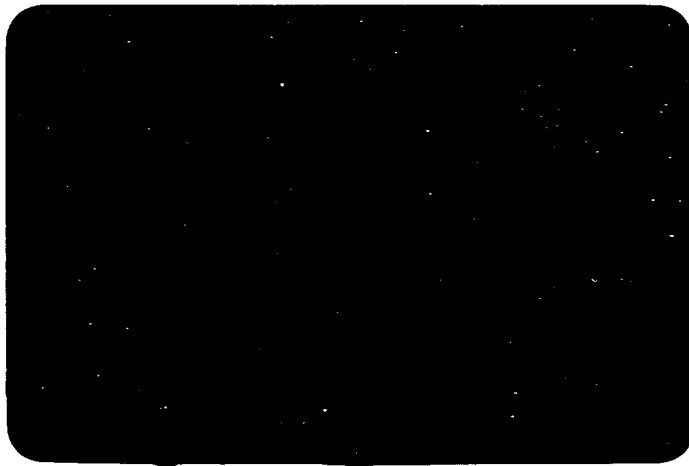
External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Prepared by the International Trade
Development Branch

Publication préparée par le Secteur de
l'expansion du commerce extérieur



PREMIERE CONFERENCE SUR
LE HOMARD CANADIEN

CANADA HOUSE
LONDRES, ANGLETERRE
LE 12 OCTOBRE 1989

43-255591

Préparé par:

David Shortall
Directeur adjoint et
délégué commercial
La Direction des pêches
Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

Tel: 613-995-1713
Fax: 613-995-8384

INTRODUCTION

La première conférence sur le homard canadien a eu lieu à la Maison du Canada à Londres le 10 octobre 1989. L'objet de la conférence était d'informer les milieux commerciaux britanniques des possibilités d'approvisionnements de produits du homard, d'en faire valoir la qualité et de faire ressortir les multiples usages auxquels ils se prêtent. Cette conférence devrait aider à stimuler la demande de homard canadien au Royaume-Uni à une période où l'offre est abondante au Canada. À l'heure actuelle, le Royaume-Uni représente un débouché relativement petit pour le homard, les exportations ayant été évaluées à environ 4 millions de dollars en 1988. Toutefois, cela représente une augmentation de 30% par rapport à 1987.

La conférence avait été organisée grâce à l'étroite collaboration du Haut-commissariat du Canada, d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada (AECEC), ainsi que des provinces de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard. Pour mieux informer les importateurs, les traiteurs, les restaurateurs et la presse sur la qualité et les approvisionnements de homard canadien, on avait choisi de faire suivre la conférence d'une dégustation. L'occasion a permis de réunir 90 participants intéressés par le sujet. Le ministre du Commerce international, l'honorable John C. Crosbie, qui était à Londres pour d'autres affaires, s'est brièvement adressé à l'assemblée.

Les présentations ont été bien accueillies. Informatives et appropriées, elles ont été le point de départ d'une discussion animée. Les participants ont affirmé que la conférence leur avait donné l'occasion de se renseigner pleinement sur le commerce du homard entre le Canada et le Royaume-Uni. Le chef cuisinier Hans Anderegg de l'Île-du-Prince-Édouard a fait une démonstration importante sur la façon de préparer le homard. Il a aussi aidé le traiteur à préparer la dégustation qui a suivi la réunion formelle.

L'objet de la dégustation était de démontrer la grande diversité des produits du homard offerts par le Canada et de mettre en valeur toutes les possibilités offertes par ce crustacé, vivant ou congelé, dans la préparation des menus. Les participants ont pu voir une présentation formelle de quatre plats illustrant les différentes utilisations du homard. Ensuite divers plats chauds et froids et une exposition de produits du homard ont complété la présentation. Divers hors-d'oeuvre au homard ont aussi été offerts accompagnés des meilleurs vins et champagnes canadiens. La dégustation faisait surtout ressortir le caractère unique du homard comme produit alimentaire de luxe pouvant être utilisé

de diverses manières et répondre à la demande des consommateurs friands d'aliments exotiques et recherchés.

La conférence a suscité des échos favorables dans la presse. Un article important est paru dans FISH TRADER, le journal spécialisé le plus important de toute l'industrie de la pêche au Royaume-Uni. Comme mesures de suivi, on est en voie d'étudier un certain nombre d'activités dont des séminaires pour les chefs britanniques afin de démontrer les techniques de préparation et de présentation du homard, ainsi qu'une campagne de promotion dans une chaîne de restaurants londoniens axés sur le tourisme. La ville de Londres attire 20 millions de visiteurs par année, dont un grand nombre viennent de pays où le homard fait partie des habitudes alimentaires. On propose aussi d'appliquer le concept séminaire-dégustation à d'autres marchés offrant des possibilités de croissance.

La Direction des pêches et des produits de la pêche d'Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada s'occupe activement de promouvoir l'exportation du homard et d'autres poissons et de diffuser des informations à ce sujet. On peut se procurer des renseignements sur les activités d'AECEC en consultant les personnes-ressources dont le nom se trouve sur la liste jointe en annexe. Les exportateurs devraient s'adresser d'abord aux Centres du commerce international situés dans les principales villes du Canada.

PREMIÈRE CONFÉRENCE SUR LE HOMARD CANADIEN

Programme

* Allocution d'ouverture

Haut commissariat canadien à Londres :
Ronald J.L. Berlet, ministre (Affaires économiques et
commerciales)
David Hutton, conseiller (Affaires commerciales)

* Le homard canadien : l'offre

David Shortall, directeur adjoint
Direction des pêches et des produits de la pêche
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada Ottawa

* Toujours à votre service, aujourd'hui comme demain

Pat O'Malley
Air Canada
Bureau des ventes - Fret aérien
Halifax (Nouvelle-Ecosse)

* Les débouchés sur le marché du Royaume-Uni

Tim Lucas, directeur
Simson's Fisheries
Surrey

* Savoir répondre aux besoins du marché

Louise Melanson
Ministère des Pêches et de l'agriculture
Gouvernement du Nouveau-Brunswick

Hans Anderegg
Chef de cuisine
2le-du-Prince-Edouard

* Dégustation de homard

Traiteur : Lorna Wing
Lorna Wing Limited
Londres

Hans Anderegg

LE HOMARD CANADIEN : L'OFFRE

DAVID SHORTALL
DIRECTEUR ADJOINT
DIRECTION DES PÊCHES
AFFAIRES EXTÉRIEURES ET
COMMERCE EXTÉRIEUR CANADA

INTRODUCTION

La pêche commerciale du homard a été une des premières à se développer au Canada. En fait, la mise en conserve du homard ainsi que celle du saumon constituent deux des industries de transformation les plus anciennes de notre pays.

La première conserverie de homard a été construite au Nouveau-Brunswick en 1887 et dès 1900, il y en avait 767. La plus grande partie de la production était expédiée au Royaume-Uni qui demeure aujourd'hui notre premier marché pour le saumon en conserve mais a cessé d'occuper une place importante en ce qui concerne le homard. Nous nous employons à changer cette situation.

Trois genres de homard sont commercialisés pour l'alimentation - le homard à pinces, la galatée et la langouste ou homard sans pince. C'est le homard américain - *homarus americanus* que l'on trouve dans les eaux canadiennes et américaines. Bien qu'il n'ait pas de parenté directe au Canada, il est apparenté au homard européen - *homarus gammarus* et à la langoustine norvégienne ou scampi.

Le Canada est le premier fournisseur mondial de homard et assure 25 % des prises mondiales (144 000 tonnes en 1987). Les autres grands fournisseurs sont les Etats-Unis, l'Australie et Cuba. De toutes les espèces de homard c'est celle du *homarus* pour laquelle les débarquements ont le plus augmenté ces dernières années.

Les provinces de la Nouvelle-Ecosse, de l'Île-du-Prince-Edouard et du Nouveau-Brunswick assurent environ 80 % des débarquements de homards; le reste provient du Québec et de Terre-Neuve.

En 1988 les débarquements ont atteint un total de 38 500 tonnes, dont la valeur au débarquement était d'environ 250 millions de dollars. La pêche du homard assure une valeur au débarquement qui n'est dépassée que par celle de la morue au Canada atlantique et est devenue une source importante de revenu pour de nombreux pêcheurs.

Des 90 % du total des débarquements exportés en 1988, 71 % étaient destinés aux Etats-Unis, 22 % à l'Europe, et 7 % au Japon.

DISTRIBUTION

Le homard américain ne se rencontre que dans les eaux de la côte Atlantique de l'Amérique du Nord, du Labrador à la Caroline du Nord; sa pêche commerciale est pratiquée de Terre-Neuve à la Virginie. Les zones où le rendement de cette

pêche est le plus élevé sont le Golfe du Maine, le sud-ouest de la Nouvelle-Ecosse et la partie sud du Golfe du Saint-Laurent.

La pêche du homard est essentiellement une pêche côtière. Les homards sont capturés à quelques milles de la côte, dans des eaux atteignant une profondeur d'environ 45 mètres. En 1971, sa pêche en haute mer a commencé sur le Banc de George dans le Golfe du Maine.

HABITAT

Les homards préfèrent un habitat où ils peuvent trouver un abri. Dans les profonds canyons sous-marins au large de la côte américaine, on a pu observer des homards qui s'étaient installés dans de petits "terriers" individuels creusés dans la face de falaises d'argile. Les populations côtières de homards vivent sur des fonds rocheux où un grand nombre d'individus peuvent trouver un abri satisfaisant. Sur les fonds sableux ou boueux on trouve parfois des homards cachés sous des roches ayant à peu près la même taille qu'eux.

Le homard commence sa vie sous la forme d'un oeuf, collé sous le ventre des femelles. Habituellement, ces oeufs éclosent en été et les larves remontent à la surface où elles se nourrissent de petits organismes planctoniques et muent à trois reprises, en grossissant à chaque fois et en prenant une apparence de plus en plus semblable à celle d'un adulte. Au bout de trois à six semaines, elles se laissent couler au fond de la mer pour y commencer une existence sédentaire. Le taux de mortalité est très élevé et 1 % seulement des larves flottantes parvient à s'installer au fond de l'eau.

Si le taux de mortalité des larves est très élevé, chaque femelle pond une quantité énorme d'oeufs. Par exemple, un homard dont la carapace n'a que trois pouces de longueur pond environ 7 500 oeufs d'un seul coup. Même si 1 % seulement de ces oeufs survivent, cela signifie que chaque femelle produit environ 75 petits qui survivront. Habituellement, les grosses pondeuses de la Baie de Fundy relâchent 30 000 oeufs à la fois et les homards géants ayant une carapace de cinq pouces peuvent en produire plus de 40 000.

La température de l'eau joue un rôle critique dans les variations de la croissance du homard. Lorsqu'en grandissant, le homard devient trop grand pour sa carapace, il l'abandonne pour la remplacer par une nouvelle. Comme les homards grandissent plus vite dans les eaux chaudes, ils muent aussi plus fréquemment. Dans le Détroit de Northumberland, par exemple, où les températures de l'eau en été peuvent atteindre 20 degrés Celsius, un homard dont la carapace a la longueur minimum actuelle de 2,5 pouces peut muer deux fois au cours de la même année.

Une fois qu'un homard a complètement rempli sa nouvelle carapace, il pèse environ 50 % de plus qu'avant la mue. Un homard du Détroit de Northumberland passe donc de sept onces à environ une livre et mue deux fois, alors que le homard vivant dans des eaux plus froides pèse en moyenne dix onces et ne mue qu'une seule fois.

La température est également un des facteurs qui déterminent l'âge auquel un homard atteint sa maturité sexuelle. Les femelles du Détroit de Northumberland peuvent devenir matures à sept onces, c'est-à-dire lorsqu'elles ont trois ans, alors que celles de la Baie de Fundy ne parviennent à la maturité sexuelle que lorsqu'elles atteignent 1,5 livre, à l'âge de huit ans.

SAISONS DE PÊCHE

Au Canada atlantique il existe au moins 38 districts de pêche du homard, avec 26 périodes d'ouverture et de fermeture différentes. Autrement dit, le homard se pêche pendant toute l'année au Canada. La majorité des débarquements ont cependant lieu au cours des deux périodes suivantes : de la fin d'avril à la fin de juillet, et du 1^{er} décembre au 30 janvier. Environ 75 % de ces débarquements ont lieu entre le 1^{er} mai et la fin de juillet.

GESTION DE LA RESSOURCE

Les débarquements de homards canadiens ont augmenté avec régularité et sont passés de 19 000 tonnes en 1978 à près de 39 000 en 1988. Biologiquement, cette ressource est la plus saine des ressources mondiales de homards. C'est là le résultat d'une gestion rigoureuse.

Le régime de réglementation existe depuis 1873 et a progressivement évolué de manière à assurer la stabilité des débarquements en présence de la vigoureuse concurrence entre les pêcheurs, des variations des taux de prises et des variations cycliques des classes d'âges.

Les premiers règlements imposaient des restrictions en ce qui concerne les homards à carapace molle, les femelles porteuses d'oeufs et les tailles des homards. Ces changements avaient été surtout imposés par les exigences du marché.

Au cours de ces 20 dernières années, les premiers règlements ont été mis en place pour limiter la capacité de pêche et donner plus de stabilité à l'industrie. On a limité le nombre des casiers, puis celui des entrées de nouveaux pêcheurs. Un programme de rachat a permis de récupérer environ 1 600 licences.

Ces mesures ont eu pour effet de provoquer une augmentation sensible des débarquements et la prise moyenne par navire ainsi que sa valeur ont également augmenté. La pêche du homard assure maintenant l'existence d'une industrie viable et prospère, composée d'un noyau de pêcheurs professionnels qui doivent l'essentiel de leur revenu à ce crustacé.

Le Canada étudie en ce moment un projet de loi visant à accroître la taille minimum de la carapace, de manière à l'aligner sur les règlements américains. Les Etats-Unis ont adopté un barème d'augmentations annuelles de la taille de la carapace qui aboutiront à une longueur réglementaire de 3 5/16 pouces en janvier 1992.

La taille de la carapace du homard canadien varie actuellement de 2 1/2 pouces, aux alentours de l'2le-du-Prince-Edouard, à 3 3/16 pouces pour la plus grande partie de la Nouvelle-Ecosse, pour la zone de la Baie de Fundy appartenant au Nouveau-Brunswick et pour Terre-Neuve. Le Canada bénéficie en ce moment d'une dispense des règlements fédéraux américains relatifs à la taille minimum obligatoire de 3 1/4 pouces. Cependant, les Etats de la Nouvelle-Angleterre ont leurs propres règlements qui interdisent la vente de ces homards canadiens de trop petite taille.

L'augmentation de la taille de la carapace repose sur un argument biologique : il est préférable de laisser un plus grand nombre de homards dans l'eau de manière à accroître la production d'oeufs. long terme, cela devrait se traduire par un accroissement du nombre des homards et par un pourcentage plus élevé de gros homards. Les pertes initiales, en ce qui concerne le poids au débarquement, dues à une augmentation de la taille de la carapace, seraient également effacées par des gains en ce qui concerne la biomasse de la ressource.

Actuellement, beaucoup se demandent au Canada s'il est sage d'imposer des tailles minimums. Un des arguments clés invoqués contre cette position est que les eaux du Golfe du Saint-Laurent, où se font une grande partie des prises canadiennes sont nettement plus chaudes que celles du Golfe du Maine, principale zone de pêche américaine. Les homards capturés dans le Golfe parviennent plus rapidement à maturité que les autres homards, et lorsqu'ils sont alors plus petits. Il n'y a pas de mélange entre les stocks canadiens et américains. Il est cependant manifeste que l'apport de jeunes homards à la pêche pourrait être amélioré, ce qui relèverait le niveau d'ensemble de la productivité des stocks.

STRUCTURE DE L'INDUSTRIE

Normalement, les pêcheurs de homards vendent leurs prises à des

acheteurs qui, à leur tour, conservent brèvement les homards avant de les vendre à de plus gros acheteurs, des transformateurs, des exploitants de parcs à marée ou à des détaillants. leur tour, les transformateurs produisent des homards congelés entiers et, congelés ou en conserve, de la chair, de la pâte de homard et des produits du tomalli ainsi que d'autres spécialités.

HOMARD VIVANT

Le homard vivant représente environ 50 % de la production de homards au Canada. En règle générale, les gros homards d'un poids moyen de une livre à 1,5 livre sont vendus vivants. Il n'existe pas moins de 11 catégories allant des homards de moins de une livre à ceux de quatre livres et plus. Ce produit est surtout destiné aux traiteurs. Les règlements des pêches fédéraux exigent que le homard vivant soit vendu "vif".* Cependant, aux fins des expéditions, une tolérance de 5 % de mortalité est acceptée.

Dans chaque province un nombre important d'acheteurs expédient directement des homards vivants au marché. Ces homards sont conservés dans des caisses flottantes en bois ou dans des bassins en bois installés à terre, qui sont alimentés en eau de mer en permanence, ou encore dans des parcs à marée. Les exploitants de ces parcs achètent les homards lorsqu'il y en a en abondance et les tiennent en réserve jusqu'à ce que la diminution saisonnière des prises fasse monter le prix de vente.

Une des principales raisons pour lesquelles le marché peut être alimenté en homards vivants pendant toute l'année tient à l'augmentation du nombre des viviers à homards. Leur taille est très variable; il peut aussi bien s'agir de grandes caisses à claire-voie que d'anses fermées par des claire-voies (systèmes ouverts à la mer), ou encore de systèmes de filtration clos à terre très poussés qui ont été mis au point par une société canadienne.

Dans le système de filtration en circuit fermé, il n'y a aucune limite au temps qu'un homard peut être conservé dans un état de métabolisme ralenti, pendant lequel il n'a pratiquement besoin d'aucune alimentation. Il s'agit là d'un état analogue à l'hibernation menaçant l'amaigrissement que cela entraîne. Chaque homard est conservé dans un compartiment distinct afin d'éviter le cannibalisme. Grâce à une faible température constante et à une perte d'énergie limitée, les homards ont des carapaces plus épaisses; ils sont plus pleins, et leur chair a une texture plus ferme. En dix mois, la perte de poids ne dépasse pas 5 %.

La société Clearwater Fine Foods, de Arichat (Nouvelle-Ecosse), conserve souvent les homards jusqu'à dix mois dans son installation. Cette installation offre une technologie de pointe pour l'entreposage des homards et peut contenir 1,5 million de livres de ces crustacés.

La demande de homards vivants augmente en été au Canada atlantique et en Nouvelle-Angleterre, à cause du nombre élevé de touristes. Cependant, comme l'approvisionnement en homards pêchés en Nouvelle-Angleterre est particulièrement élevé pendant les mois d'été, les prix sont en général plus bas au cours de cette période.

De l'époque de Noël à celle de Pâques incluse, la demande de homards vivants est élevée, particulièrement en Europe; c'est alors que les approvisionnements sont les plus limités, ce qui explique que les prix tendent à être particulièrement élevés.

Il y a environ 150 entreprises qui produisent des homards vivants au Canada atlantique. La Nouvelle-Ecosse, qui a une saison d'été et une saison d'hiver, est de loin, le plus gros producteur.

HOMARD CONGELE ENTIER

Ce produit est un sachet individuel baptisé "popsicle pac"; il représente environ 30 % de la production de homard. Le produit est cuit et scellé dans un sachet sous vide rempli de saumure. Les règlements exigent que tous les homards soient vivants avant leur cuisson.

On utilise habituellement ces sachets pour les petits homards qui sont surtout destinés à la vente de détail.

On trouve les tailles suivantes de sachets individuels : 250 grammes, 300 grammes, 350 grammes, 400 grammes, 450 grammes, 500 grammes, 600 grammes, et 650 grammes.

Il existe environ 65 usines qui transforment des produits du homard congelés ou en conserve. La plupart se trouvent au Nouveau-Brunswick, dans l'2le-du-Prince-Edouard et au Québec.

CHAIR DE HOMARD CONGELEE

Celle-ci représente environ 15 % de la production. Il s'agit de homards qui ont été cuits, débarrassés de leur carapace et mis en conserve et congelés sans traitement par la chaleur. Le fait de congeler les boîtes au lieu de les mettre en autoclave ou de les stériliser thermiquement retarde le développement des bactéries sans nuire à la texture de la chair.

La viande de homard congelée est habituellement présentée dans des "emballages à froid". Le produit doit demeurer congelé jusqu'au moment de sa consommation. Il existe des conditionnements de cinq qualités différentes, depuis celui de chair de première qualité, le plus cher, qui contient une queue de homard et les pinces jusqu'à celui de qualité inférieure, contenant de la chair en morceaux. Il y a également des commandes spéciales; il peut alors s'agir uniquement, par exemple, de chair de pince ou de chair de la queue, selon l'usage que l'on veut en faire.

Le produit est présenté en paquets de 11,3 onces, de deux livres, et de cinq livres.

Depuis 1988, les transformateurs de chair de homard sont assujettis à des pratiques de fabrication plus rigoureuses pour éviter la présence de lypteria ou d'autres contaminants. On a adopté des méthodes de "salubrité améliorée" et les inspecteurs vérifient régulièrement les procédés de fabrication.

Les inspecteurs de la FDA américaine prélèvent aussi des échantillons du produit sur chaque expédition. Depuis la mise en oeuvre des bonnes pratiques industrielles, aucune trace de lysteria n'a été découverte dans du homard canadien cuit.

CHAIR DE HOMARD TRANSFORMEE

C'est ce que l'on appelle habituellement un produit "emballé à chaud". Il est stérilisé dans des autoclaves la durée et la température de l'opération sont contrôlées et, comme il s'agit d'une conserve, il n'est pas nécessaire de le réfrigérer. Le homard emballé à chaud porte l'étiquette particulière du producteur ou de l'acheteur. Il est présenté dans des boîtes de 2,5 onces, cinq onces ou dix onces. Ces dernières années, sa production a continué à diminuer et constitue aujourd'hui moins de 5 % de la production de homard.

MARCHES

Plus de 90 % des homards canadiens sont exportés. Les marchés les plus importants sont les Etats-Unis, l'Europe occidentale et le Japon. Si les Etats-Unis est le marché où la demande est la plus importante, celle-ci croît également en Europe et au Japon.

L'industrie est essentiellement axée sur l'offre, et la production ainsi que les exportations sont, pour l'essentiel, tributaires des saisons ou des variations des approvisionnements, plutôt que des conditions prévalant sur les marchés. À cause de prises supérieures à la normale en 1989 et de la baisse de la demande au Japon et en Nouvelle-Angleterre,

les fournisseurs accordent maintenant plus d'importance aux conditions du marché et aux débouchés.

ETATS-UNIS

Les États-Unis sont le plus grand importateur mondial de homards. En plus de leur propre production de 20 000 tonnes, ils importent chaque année environ 40 000 tonnes de homards. Ils constituent de loin le marché le plus important pour le homard canadien et absorbent plus de 70 % de nos exportations. Soixante-quinze pour cent, environ, de ces exportations, portent sur des homards vivants. Les États-Unis sont également le marché principal pour la chair de homard congelée et absorbent 90 % de nos exportations.

EUROPE

L'Europe est le second marché en importance pour le Canada. Ce marché absorbe environ 22 % de nos exportations et, ces dernières années, il s'est développé à un rythme plus rapide que celui des États-Unis, grâce, en particulier, à la fermeté des devises européennes. Il existe encore des possibilités considérables d'exportation en Europe en dépit des tarifs douaniers en général plus élevés et du fléchissement du cours des devises.

L'Europe est le premier marché mondial pour le homard congelé en saumure. Le plus important est la France, marché qui a augmenté de 40 %, rien qu'entre 1987 et 1988 et qui devrait continuer à se développer en 1989. L'époque de Noël, les homards canadiens font l'objet de vigoureuses campagnes de promotion dans les supermarchés français. Le marché britannique du homard congelé est relativement petit et en 1988, nous n'y avons exporté que 138 tonnes, d'une valeur de 1,7 million de dollars.

Dans l'ensemble, les exportations de homards vivants en Europe sont en hausse. Cela est dû à la fois à l'amélioration des transports depuis le Canada et à l'existence de meilleures installations d'entreposage en Europe comme en Amérique du Nord. Actuellement, le Canada fait face à une concurrence vigoureuse des États-Unis dans le domaine des exportations de homards vivants; au cours de ces deux dernières années, les États-Unis sont en effet devenus une force avec laquelle il faut compter. Là encore, la France est le marché principal, et la saison la plus importante est celle de Noël. Cette époque de l'année, les approvisionnements en homards sont relativement limités et les prix sont élevés. Nous souhaiterions qu'on consomme plus de homards au printemps et en été, lorsqu'ils sont meilleur marché.

Parmi les autres marchés importants pour le homard vivant, citons les Pays-Bas, la Belgique, l'Allemagne de l'Ouest et le Royaume-Uni. En 1988, les exportations canadiennes de homards vivants au R.U. ont été de 322 tonnes, pour une valeur de 4,1 millions de dollars. Bien que ce chiffre soit relativement modeste, il représente une augmentation de 30 % par rapport à 1987.

JAPON

Nos exportations au Japon, qui étaient pratiquement inexistantes en 1983, ont atteint 22 millions de dollars en 1988. Cette croissance est due, dans une large mesure, aux gros efforts de promotion du homard canadien par des chaînes de restaurants familiaux. Peut-être pourrait-on envisager une opération analogue au Royaume-Uni. Actuellement, le Japon a des stocks importants de homards car les coutumes locales interdisent de consommer cette chair rouge par respect pour l'Empereur, qui vient de mourir. Au Japon, le rouge est en effet le symbole de la mort.

CONCLUSION

Au Canada, le homard constitue une ressource abondante. Grâce aux gros efforts faits dans le domaine de la conservation et de la gestion de la ressource, les perspectives de l'offre à long terme indiquent une croissance soutenue. Le Canada devrait continuer à être le chef de file de l'approvisionnement en homards.

Grâce à nos eaux pures et froides, les homards ont des carapaces plus dures, une chair plus ferme et plus délicate, et ils sont mieux remplis. Nos eaux ne sont pas contaminées et sont libres de toute maladie.

Le Canada est le leader mondial dans le domaine de la technologie de l'entreposage à terre et, au fur et à mesure que les méthodes de conservation dans des parcs à marée s'amélioreront, il nous sera plus facile d'offrir des homards à des prix concurrentiels pendant toute l'année.

L'offre s'appuie sur des installations de manutention et de transformation modernes, qui sont inspectées par le gouvernement et qui sont prêtes à répondre aux besoins particuliers des clients. Un régime strict d'inspections garantit la qualité et les normes phytosanitaires.

À court terme, en ce qui concerne le homard vivant, nous nous attendons à ce que l'on mette plus l'accent sur la réduction des taux de mortalité durant l'entreposage et le transport. Bien qu'ils soient déjà faibles (5 %), des améliorations dans

ce domaine assureront des gains économiques accrus à toutes les branches de l'industrie.

En ce qui concerne la transformation, nous nous attendons à ce que l'on accorde plus d'importance aux nouveaux produits, par exemple, les queues de homard non cuites et les homards entiers blanchis en sachets sous vide. Il conviendra également de mettre l'accent sur les spécialités plus ouvrées, notamment les portions congelées et les entrées toutes préparées pour le marché du détail. L'amélioration des emballages sera également un des défis que l'industrie devra relever.

Du fait de la diversité des coûts et de la demande accrue de produits prêts à cuire et prêts à servir en Europe, ce marché devrait être particulièrement satisfait de ces réalisations.

Le homard est un des articles les plus importants des exportations canadiennes de produits de la mer. Nous reconnaissons cependant que, pour continuer à assurer la croissance de ces exportations, les produits du homard devront satisfaire aux besoins spécifiques du marché. Nous serons donc heureux que vous nous fassiez part de vos vues, aujourd'hui, sur la manière dont on pourrait y parvenir au Royaume-Uni.

LES HOMARDS CANADIENS : POINT DE VUE D'UN IMPORTATEUR

TIM LUCAS
DIRECTEUR
SIMPSON'S FISHERIES
COULSDON, SURREY

INTRODUCTION

Ces dernières années, la consommation de homards au R.U. a généralement augmenté, et ce, pour plusieurs raisons. L'utilisation de tous les poissons et fruits de mer a crû, du fait de la tendance générale à rechercher une nourriture saine. Quelqu'un, tout à l'heure, vous parlera des bienfaits de l'inclusion du homard dans votre régime alimentaire.

Ces dernières années, les prix du homard n'ont pas augmenté aussi rapidement que ceux d'autres produits de la mer de première qualité et, maintenant que le produit canadien est de mieux en mieux accepté, il n'y a plus de pointes des prix en hiver, comme c'était le cas auparavant. Cette situation encourage l'industrie de la restauration à inscrire les homards aux menus des restaurants et à les utiliser dans les repas servis par les traiteurs et à des banquets.

Traditionnellement, les exportations de homards européens étaient destinées à l'Europe continentale; et, lorsque les crustacés se faisaient rares, les prix doubleraient. Cela se produit encore mais les importations venant du Canada permettent de répondre aux besoins du marché britannique.

Au début, les chefs de cuisine n'ont pas très bien accueilli le homard canadien, d'abord parce que c'était quelque chose de nouveau et ensuite, parce qu'ils le cuisaient de la même manière que les homards européens. Comme ils ont une carapace plus mince que celle de leurs cousins européens, leur chair durcissait et ils perdaient une partie de leur saveur lorsqu'ils étaient trop cuits. On disait également que le homard canadien était moins goûté que le homard européen, mais avec des méthodes de cuisson correctes, les différences sont minimes et seul le véritable gourmet est capable de faire la différence.

On importe également des homards du Maine mais il est en général reconnu que la texture de sa chair est inférieure et qu'ils sont moins pleins que le produit canadien. Ils ont aussi tendance à être petits et les tailles les plus recherchées sont plus coûteuses.

Il y a cinq ans encore nous partions du principe que si les homards canadiens coûtaient 50 pences de moins la livre, tous nos clients abandonneraient le homard européen. Cela signifie en général que les ventes de homards canadiens étaient limitées à la période de novembre à avril où les prises étaient médiocres ou non existantes au R.U.

Aujourd'hui, la plupart des restaurants, des hôtels et des traiteurs choisissent les homards canadiens en priorité.

SITUATION ACTUELLE

À Simpson's, nous utilisons des homards vivants canadiens pendant toute l'année et ce sont surtout ceux-ci que nous fournissons à nos clients, et cela, pour plusieurs raisons.

1. Pendant toute l'année, il y a en général un grand choix de tailles de homard. Leur poids varie de six onces à six livres, et il est toujours possible d'en obtenir de gros, en cas de besoin. Selon leur taille, ces homards sont utilisés à des fins différentes sur le marché du R.U.:

Homards de conserverie Leur poids varie de six onces à 14 onces, mais on n'en trouve pas toujours de vivants pendant toute l'année. Ils peuvent entrer dans la composition de plats pour lesquels on utilisait jusqu'à présent de grosses langoustines, afin de varier un peu le menu. L'autre avantage, pour le restaurateur, est que ces homards coûtent normalement une livre sterling de moins, à peu près, que les grosses langoustines et qu'ils arrivent et demeurent vivants plus longtemps que celles-ci. On peut également les utiliser dans la préparation d'un plateau de fruits de mer.

Petits homards, quarts de homards et demi-homards On les utilise habituellement comme portions individuelles pour un plat principal ou, pour les demi-homards, comme hors-d'oeuvre ou plats de produit de la mer. La taille utilisée dépend du type de restaurant et surtout, du budget. Nous avons un étalage, dans la salle d'à côté où vous pourrez voir les trois tailles de homards, aussi bien entiers que coupés en deux.

Homards de 1 3/4 livre à trois livres (Premier choix) C'est la taille idéale pour les demi-homards (un demi par personne).

Homard de trois livres et plus La queue du homard de cette taille a environ deux pouces de diamètre; leur chair est donc surtout utilisée en médaillons.

Très gros homards Ils forment des centres de table impressionnants pour les banquets et les étalages, en particulier lorsqu'ils atteignent un poids de 15 à 20 livres. Le gros homard que vous voyez dans le bassin pèse environ six livres; vous pouvez donc imaginer comme un spécimen de vraiment grande taille peut être impressionnant.

Les rejets ou, comme nous les appelons ici, les homards infirmes, sont ceux qui ont perdu une bataille. Ils ont délibérément abandonné une pince ou deux pour échapper à un prédateur, sachant qu'une autre repoussera. Ils sont toujours meilleur marché et habituellement, leur chair seule est utilisée pour préparer les cocktails de fruits de mer et tous les autres plats pour lesquels on a uniquement besoin de la chair.

2. Le prix du homard est relativement stable et, de nos jours, du fait de la pénurie de homards européens, le petit homard canadien ou celui d'une livre coûtent au moins 50 pences de moins, quelle que soit l'époque de l'année. Pour les autres tailles, la différence n'est pas toujours aussi importante. certains moments, cette différence peut être de 2,5 livres sterling la livre.

Voici, décomposées mois par mois, la disponibilité, la qualité, l'origine et la différence de prix entre les homards canadiens et ceux du R.U. :

Il s'agit encore une fois de homards d'une livre.

- JANVIER Disponibilité : toutes tailles; bonne qualité; homards canadiens disponibles (entreposage à court terme); prix de gros, environ 4,60 livres sterling la livre (3 livres sterling la livre environ meilleur marché).
- FÉVRIER Disponibilité : toutes tailles; bonne qualité; surtout produits d'entreposage à court terme; environ 5,10 livres sterling (environ, 2,50 livres sterling la livre meilleur marché).
- MARS Disponibilité : toutes tailles; bonne qualité; la plupart des homards proviennent d'entrepôts à court et à long terme; environ 5,10 livres sterling la livre (environ 2 livres sterling la livre meilleur marché).
- AVRIL Il est difficile de trouver de gros homards à cause du mauvais temps qui limite les débarquements; quelques homards d'entrepôt seulement; qualité variable; environ 5,75 livres sterling la livre (environ une livre sterling la livre meilleur marché).
- MAI Disponibilité : toutes tailles; homards fraîchement capturés et homards d'entrepôt. Ouverture de la nouvelle saison de pêche; bonne qualité; environ 3,75 livres sterling la livre (environ une livre sterling meilleur marché).
- JUIN Disponibilité : toutes tailles; bonne qualité; surtout homards fraîchement pêchés; environ 3,65 livres sterling la livre (environ 50 pences la livre meilleur marché).

JUILLET Disponibilité : toutes tailles; bonne qualité; homards fraîchement pêchés et homards d'entrepôt; environ 4,20 livres sterling la livre (environ 50 pences la livre meilleur marché).

AODT Disponibilité : toutes tailles; homards fraîchement pêchés; chairs molles et de qualité médiocre mais homards d'entrepôt de bonne qualité disponibles; 4,40 livres sterling la livre (environ 50 pences la livre meilleur marché).

SEPTEMBRE Il est parfois difficile de trouver des homards de 1 3/4 livre et plus. La plupart sont fraîchement pêchés mais la qualité est seulement passable; environ 4,10 livres sterling la livre (environ 1,20 livre sterling la livre meilleur marché).

OCTOBRE Disponibilité : toutes tailles; amélioration de la qualité, en particulier au cours de la seconde moitié du mois, lorsque la nouvelle zone de pêche est ouverte; environ 4,50 livres sterling la livre (environ 1,50 livre sterling la livre meilleur marché).

NOVEMBRE 1988 Disponibilité : toutes tailles; tous les homards à carapace dure sont d'excellente qualité; environ 4,30 livres sterling la livre (environ 1,50 livres sterling la livre meilleur marché).

DECEMBRE 1988 Disponibilité : toutes tailles; homards fraîchement pêchés et homards d'entrepôt; les eaux sont froides et la qualité est donc excellente; environ 4,30 livres sterling la livre (environ 2,50 livres sterling la livre meilleur marché).

Cette stabilité relative est due à l'organisation et à la taille de l'entreprise décrite par David Shortall. Le prix exceptionnellement élevé qui a sévi en avril dernier était dû au mauvais temps et à la pénurie de homards d'entrepôt. En effet, on n'avait pas prévu le mauvais temps prolongé et on n'avait pas conservé suffisamment de homards en réserve.

En tant qu'importateur et distributeur de produits vivants, cela signifie que nous pouvons pratiquement garantir que nous serons en mesure de fournir les quantités requises par nos clients, 365 jours par an.

Cela signifie également que le homard frais entre dans la composition des plats inscrits aux menus des grands banquets et

manifestations sportives. On peut en effet y servir 10 000 portions de homards cuits frais, toutes de taille identique et provenant d'un produit vivant. La pêche du homard au R.U. ne serait manifestement pas suffisante pour répondre de manière efficiente aux besoins de manifestations aussi importantes que celles-ci, pour lesquelles on doit utiliser une taille de homard bien déterminée. À cause du caractère irrégulier du commerce quotidien avec les restaurants et hôtels dont les commandes sont imprévisibles, il est indispensable de conserver des stocks de homards vivants près des points de distribution. Idéalement, cela signifie que l'on doit garder les homards vivants dans des réservoirs en attendant les commandes. Ceux de Simson contiennent aisément 4 000 homards vivants.

Les grands exportateurs canadiens bien organisés, spécialistes du homard vivant et proches d'un grand aéroport, peuvent accepter des commandes jusqu'à 18 h, heure du R.U., et sous réserve de places à bord des avions, ils peuvent expédier le même jour les homards commandés qui pourront être récupérés le lendemain matin à l'aéroport de Heathrow.

Cela nous permet de compléter nos stocks du jour au lendemain, lorsqu'il y a eu de grosses ventes pour une catégorie donnée. En règle générale, cela demande beaucoup moins de temps qu'il n'en faut pour obtenir des homards de fournisseurs écossais, sans compter qu'à l'arrivée, les homards auront bien les tailles commandées. Le tri semble être très bien fait chez la plupart des fournisseurs canadiens.

Les importateurs tels que nous-mêmes, qui disposent de bassins, fournissent également chaque matin les grossistes qui alimentent les restaurants, lorsqu'ils ne disposent pas eux-mêmes de bassins. Tout traiteur devrait donc être en mesure de recevoir chaque jour des homards entreposés de cette manière.

Les bassins utilisés pour la distribution des homards canadiens au R.U. sont en général à terre et ils sont normalement réfrigérés afin d'accroître les capacités d'entreposage. On craint toujours que la maladie du homard, la gaffkémie, ne soit introduite au R.U. mais elle ne se manifeste habituellement que lorsque les conditions d'entreposage sont mauvaises, c.-à-d., lorsque l'eau est trop chaude, que trop de homards sont entassés dans un même bassin et qu'ils manquent d'oxygène. Cette maladie n'est pas dangereuse pour nous mais tous les homards qui se trouvent dans un système de réservoirs infectés ne tardent pas à mourir car la bactérie en cause attaque leur système sanguin en réduisant la capacité de coagulation et de transport d'oxygène. Cette bactérie doit pénétrer par une blessure de la carapace ou de la membrane, ce qui ne se produit que lorsque les homards ont été mal manutentionnés, d'une manière ou d'une autre.

Les craintes que les importations de homards canadiens contaminent nos stocks à cause de la gaffkya semblent sans fondement, comme l'ont indiqué Roskan (en 1957) et la M.A.F.F. (1977) dans leur rapport sur l'incidence de cette bactérie dans les populations locales; la responsabilité des récents cas au R.U. ne devrait donc pas être imputée aux importations canadiennes.

TAUX DE MORTALITÉ

Lorsque les homards voyagent, il y a toujours des victimes, qu'ils viennent du Canada ou du R.U.. Certains sont morts à l'arrivée ou ne survivent pas parce qu'on les replace dans un bassin. Il est possible de récupérer une partie de l'argent en les vendant à bon marché à des transformateurs mais, lorsqu'on calcule les coûts, il faut prévoir un taux de mortalité de 5 à 10 p. 100, selon la qualité des homards et l'époque de l'année. Lorsque ces conditions sont les meilleures, le taux de mortalité est inférieur à 1 p. 100 pour de nombreuses expéditions, ce qui est supérieur à la moyenne des expéditions venues d'Ecosse.

Le faible taux de mortalité est certainement dû à la qualité de la manutention au Canada, aux soins apportés au transport et aux types de boîtes utilisées. Le type le plus récent est une boîte plate en carton, capable de contenir 30 livres nettes de homards vivants. C'est elle qui, à mon avis, donne les meilleurs résultats car pour la plupart des tailles de homards, il n'y en a qu'une seule couche dans la boîte. Les morts pendant le transit peuvent normalement s'expliquer par une des deux raisons suivantes :

1. Envoi de homards affaiblis ou de mauvaise qualité
2. Dommages au moment du transit ou de l'emballage. Ces dommages surviennent habituellement lorsqu'une des épines du dos ou du dessus d'une pince perce les articulations membraneuses molles ou la queue d'un homard placé par-dessus. Le homard blessé saigne et son sang ne se coagule pas aisément hors de l'eau de mer, si bien qu'il fait une hémorragie mortelle ou qu'il arrive si affaibli qu'il ne survit pas à la réinsertion dans un bassin. Avec une seule couche par boîte, un tel problème ne devrait pas se produire. Ces boîtes sont habituellement divisées en deux compartiments si bien que, même lorsqu'elles sont placées sur le côté, les homards ne bougent pas. Des sacs de glace les rafraichissent et du papier journal ou des algues imprégnés d'eau de mer aident à humidifier leurs oufes, ce qui améliore la circulation d'oxygène et permet au homard de conserver sa vigueur. Cette boîte n'existe pas sur le marché britannique où un grand contenant, rempli à ras-bord de homards est l'emballage normalement utilisé, avec tous les dommages qui en résultent.

PRODUITS CONGELÉS ET TRANSFORMÉS

Toutes les remarques que je viens de faire concernent en fait le commerce du homard vivant mais il existe également une large gamme de produits congelés qui peuvent lui être substitués.

Ces produits sont préparés aux époques où le homard est le moins cher et le meilleur si bien qu'avec des taux de fret réduits, il est possible d'obtenir un produit équivalent à meilleur marché.

Tous les principaux produits disponibles sont exposés dans la salle à côté et il y a des experts qui sont là pour vous expliquer les utilisations recommandées pour chaque produit.

En bref, elles sont les suivantes:

1. Homards cuits entiers Leur taille varie et ils sont présentés sous diverses formes. On les utilise surtout lorsque l'on a besoin de demi-homards entiers.
2. Chair de homard Elle peut être présentée en boîtes de 11,3 onces ou de 32 onces, soit congelée, soit conditionnée à chaud. Il existe aussi des blocs congelés de cinq livres ou des emballages-coque de 200 grammes. On utilise pour cela des homards de conserverie; les produits de première qualité contiennent jusqu'à 20 p. 100 de morceaux et 80 p. 100 de pinces et de queues décortiquées. On l'utilise dans tous les plats où la carapace n'est pas présentée.
3. Chair de homard en morceaux ou articulations et pinces Présenté en blocs congelés de cinq livres, il s'agit là d'un produit meilleur marché et qui peut être utilisé pour les cocktails de homard, etc.
4. Tomalli de homard Présenté en blocs congelés de cinq livres ou en boîtes de conserve de trois onces. C'est un mélange de foie et de roque. Ce produit est utilisé pour les sauces, les soupes et tout ce qui a besoin d'une saveur de homard.
5. Queues de homard Elles sont présentées crues et sont habituellement grillées.

INCONVENIENTS

Une dépendance totale à l'égard des homards canadiens présente cependant un inconvénient. À cause d'un règlement rigoureusement appliqué, le débarquement et la manutention de homards grainés sont interdits. Ce sont les homards femelles porteuses d'oeufs. Certains chefs de cuisine exigent d'avoir les oeufs car ils sont un ingrédient essentiel de certaines

recettes et servent à fabriquer le beurre de homard. Il arrive parfois qu'un exploitant sous licence d'un bassin d'entreposage de longue durée s'aperçoive que des femelles ont été fécondées dans ces bassins. Le R.U. est un des rares pays auxquels celles-ci peuvent être expédiées mais il est plus habituel, dans le cas d'une femelle non grainée, qu'on prenne ces risques, en espérant que des oeufs se sont formés intérieurement.

Cependant, tout n'est pas perdu car les Canadiens peuvent maintenant fournir ces oeufs en boîtes, si bien que la gamme des produits est vraiment complète.

COMMENT REpondre AUX BESOINS DU MARCHE

LOUISE MELANSON
MINISTÈRE DES PÊCHES ET DE L'AGRICULTURE
PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Selon le dicton, il suffit d'y goûter pour y croire.

Je suis heureuse de savoir que, dans quelques minutes, nous aurons la possibilité de juger du bien-fondé de ce dicton en dégustant les plats exquis préparés par le chef Hans Handeregg (2.-P.-E.) et Lorna Wing Limited (London Caterer CIE) avec notre homard congelé canadien.

On peut acheter du homard canadien vivant en carapace, mais il existe également un très grand choix de méthodes de conditionnement du homard congelé.

Vous pouvez acheter de la chair de homard congelée en conserve ou en sachets sous vide, des homards congelés entiers en carapace, de la chair hachée, des queues crues, et j'en passe.

Les transformateurs canadiens sont prêts à s'adapter à tous vos besoins.

Vous pouvez trouver du homard canadien vivant ou congelé pendant toute l'année, ce qui vous permet de planifier facilement vos menus.

Quand vous achetez du homard vivant ou congelé, sachez bien ce que vous recherchez; vous pourrez alors en apprécier les qualités et vous serez sûr de pouvoir fournir à vos clients des produits de toute première qualité.

Lorsque vous achetez du homard canadien vivant congelé, vous achetez un produit dont la fraîcheur est garantie. Pour vous assurer que vos clients apprécient ce produit de qualité, voici quelques conseils pratiques :

HOMARD VIVANT

1. Dès réception de votre commande, inspectez le homard et assurez-vous qu'il remue lorsque vous le soulevez.
2. Certaines précautions doivent être prises lorsque vous le mettez au réfrigérateur : recouvrez-le légèrement d'un chiffon humide; il demeurera vivant de 24 à 36 heures.
3. Ne placez jamais votre homard vivant sur de la glace ou dans de l'eau douce. Il se noiera.
4. Si vous avez un bassin, la teneur en sel de l'eau doit être de 28-32 parties par mille, et la température, de 12 à 16 degrés centigrades.

5. Assurez-vous que toutes les pinces des homards vivants sont tenues par un élastique, avant de les placer dans le bassin; sans cela, certains homards se battront et vous risquez de vous retrouver avec des carapaces brisées.

HOMARD CONGELE

1. À la livraison

Inspectez chaque caisse pour voir si elle a été correctement manutentionnée. Ouvrez-la sur place pour voir s'il y a des dégâts ou s'il y a des traces de cristallisation et de décongélation, et n'acceptez jamais de produits partiellement ou totalement décongelés.

Vérifiez la température au centre de chaque caisse; toute température supérieure à zéro degré F (-18 degrés C) peut causer des dommages au produit.

2. Entreposage

Le produit doit être congelé à la livraison et entreposé immédiatement dans le congélateur à une température de zéro degré F (-18 degrés C) ou moins.

Ne laissez pas recongeler du homard décongelé.

Inscrivez le jour et la date de livraison sur chaque caisse et respectez un système de rotation rigoureux.

Dans des conditions de température idéale (zéro degré F (-18 degrés C) ou moins), le homard congelé peut être entreposé pendant neuf mois sans aucune perte de qualité.

3. Décongélation

La meilleure façon de décongeler de la chair de homard est de placer la boîte ou le sachet non ouvert dans de l'eau froide et de le laisser au réfrigérateur (deux heures par livre). Prévoyez de six à huit heures pour décongeler un homard entier congelé dans de la saumure.

Ne décongelez jamais avec de l'eau chaude ou à température ambiante car cela entraîne une perte de qualité et de liquide. Souvenez-vous qu'il ne s'agit pas d'un produit pasteurisé ou passé à l'autoclave et il ne peut être conservé sur les tablettes sans être congelé.

CUISSON DU HOMARD VIVANT:

BOUILLI

Dans l'est du Canada et aux Etats-Unis on cuit le homard, la plupart du temps, en le faisant bouillir dans de l'eau salée. Cela lui donne un léger arôme marin et un goût délicieux.

Ajoutez 2 oz (50 g) de gros sel par qt (litre) d'eau.

Utilisez suffisamment d'eau pour recouvrir le homard. Calculez toujours le temps de cuisson à partir du moment où l'eau recommence à bouillir après que vous y ayez plongé le homard.

Pour la cuisson, comptez 12 minutes pour la première lb (500 g), plus quatre minutes pour chaque livre supplémentaire.

Une fois le homard cuit, retirez-le de l'eau chaude et rincez-le à l'eau froide.

Un homard cuit peut être conservé de trois à quatre jours au réfrigérateur.

Temps de cuisson

Poids du homard	Temps de cuisson
1 - 1 1/4 lb/500 - 625 g	10-12 minutes
1,5 - 2 lb/750 g - 1 kg	15-18 minutes
2,5 - 5 lb/1 250 g - 2,1/2 kg	20-25 minutes
6 - 10 lb/35 kg	25-35 minutes
10 - 15 lb/5 - 7,5 kg	35-40 minutes
15 - 20 lb/7,5 - 10 kg	40-45 minutes
20 - 25 lb/10 - 12,5 kg	1 heure

Préparation et utilisation

Le homard congelé canadien élargit la gamme des diverses possibilités qui s'offrent aux exploitants de services de restauration et aux consommateurs. Il est possible de le combiner avec d'autres ingrédients pour économiser sur l'argent que vous consacrez aux produits de la mer tout en donnant à votre menu le cachet d'élégance que seul le homard peut lui apporter. Il est possible de contrôler rigoureusement les coûts, sans risque de fraude ou d'avarie.

Il est bien connu que les provinces Maritimes (Nouvelle-Ecosse, 2le-du-Prince-Edouard et Nouveau-Brunswick) produisent la meilleure qualité de homard sur le marché.

Vous n'êtes pas obligé de me croire.

Cet après-midi, c'est notre homard congelé qui va se charger de vous en donner la preuve.

Je vous remercie de votre attention.

EXPÉDITIONS DE HOMARDS
de
HALIFAX (NOUVELLE-ÉCOSSE) À LONDRES, ANGLETERRE

- Air Canada assure un service direct entre Halifax (Nouvelle-Ecosse) et Londres, Angleterre.
- Il y a trois vols par semaine en hiver (novembre à mars) et des vols quotidiens en été.
- Tous les vols sont assurés par des gros-porteurs qui offrent un service de conteneurs pour les expéditions de homards.
- La durée du vol est d'environ sept heures; les départs de Halifax ont lieu tard dans la soirée et les arrivées, à Londres tôt le matin.
- Il existe un service de chambres de réfrigération à Halifax et à Londres.
- Tous les gros expéditeurs de homards au Canada Atlantique expédient actuellement leurs produits à Londres et bénéficient de tarifs contractuels spéciaux.
- Grâce aux vols directs entre Halifax (Nouvelle-Ecosse) et Londres, le service du fret d'Air Canada est en mesure de transporter plus rapidement les homards vivants au R.U. qu'en tout autre point d'Europe et, en fait, plus rapidement aussi qu'à certaines de nos destinations au Canada.

PREMIÈRE CONFÉRENCE SUR LE HOMARD CANADIEN

Jeudi 12 octobre 1989, Canada House, Londres

Participants canadiens

- David Shortall, sous-directeur, Direction des pêches et des produits de la pêche, ministère des Affaires extérieures, Ottawa
- Paul Delaney, conseiller, Développement du commerce et des affaires internationales, Centre de commerce international, Industrie, Science et Technologie Canada, Montréal (Québec)
- Louise Melanson, Agent de promotion des produits de la mer, ministère des Pêches et de l'Aquiculture du Nouveau-Brunswick
- Janice Raymond, Agent de l'expansion des marchés, ministère des Pêches de la Nouvelle-Ecosse
- Janet Gagnon, Agent commercial, ministère du Commerce et de la Technologie du Nouveau-Brunswick
- James Bliss, Prince Edward Island Development Agency
- Neilo Cachero, Association canadienne des exportateurs de poissons (ACEP)
- Patrick O'Malley, Fret aérien - Air Canada, Halifax (Nouvelle-Ecosse)
- Herman Vyncke, Conseiller économique, gouvernement du Québec, Londres
- Richard Baker, Attaché commercial, gouvernement du Québec, Londres
- Ray Vaudrey, Agent de développement industriel pour l'Europe, gouvernement de la Nouvelle-Ecosse, Londres
- Richard Moore, Aquaria Magnifique (prêt du bac de présentation)

PREMIÈRE CONFÉRENCE SUR LE HOMARD CANADIEN
LIST D' INVITÉS

Mr. J. Holmes,
1 Leewood Croft,
Matlock,
Derbyshire. DE2

Ms. Carmen Konopka,
102 Belgrave Road,
Leigh-on-Sea,
Essex. SS9 4SL

Mr. Ibrahim Alghanin,
183b Fleet Road,
Hampshire.

Mr. Ronald E. Bond,
183E Fleet Road,
Hampshire.

Ms. Patty Barron,
236c Finchley Road,
London. NW3

Mr. Ray Abrahams,
25 Middleton Gardens
Gants Hill,
Ilford,
Essex. 1G2 6DS

Mr. M. Maltby,
27 Alfriston Road,
Seaford,
Sussex. BN25 8UP

Ms. Jo Fairley,
30 Mirabel Road
London. SW6

Mr. Willer Sher,
31a Elvaston Mews,
London. SW7

Mr. A. Tovey,
Aberdeen Prime Fish,
73 Netherlands Road,
Oakleigh Park,
Barnet,
Herts. EN5 1BS

Mr. Mike Judkins,
Air Canada,
Cargo Sales Office,
Room No. 2,
Air Canada Cargo,
Shaeloreham Road East,
Cargo Terminal,
Hearthrow. TW6 3RG

Mr. A Bennett,
Anchor Seafoods Ltd.,
Devonshire House,
Handcross,
West Sussex. RH17 6BJ

Mr. E.D. Young,
Anchor Seafoods Ltd.,
Devonshire House,
Handcross,
West Sussex. RH17 6BJ

Mr. Neill,
Anglesey Oysters,
Neillden,
Trearddur Bay
Anglesey

Mr. Malcolm Frazer,
Clerk and Superintendent,
Billingsgate Market,
London E14 8ST

Mr. David Jolly,
Chief Executive,
Billingsgate Market
London E14 8ST

Mr. Chris Leftwich,
Chief Inspector,
Billingsgate Market,
London E14 8ST

Mr. Palmer,
Black Cottage,
Navestock Side,
Brentwood,
Essex.

Mr. Peter Martinelli,
Bluecrest Foods Ltd.,
Ladysmith Road,
Grimsby,
South Humberside. DN32 9TN

Mr. Alex Martinelli,
Bluecrest Foods Ltd.,
Ladysmith Road,
Grimsby,
South Humberside. DN32 9TN

Mr. K. Rawcliffe
Brekkes Foods Ltd.,
Brekkes House,
Fish Dock Road,
Grimsby, DN31 3PF

Mr. Peter Cullen,
Chief Buyer,
British Airways,
Catering Centre South,
Scyllar Road,
Heathrow Airport,
Hounslow,
Middlesex.

Ms. Anne Satchell,
British Hotelier &
Restaurateur,
40 Duke Street,
London W1M 6HR

Mr. A.M. Cook,
C. & A Seafoods,
office 88,
New Billingsgate Market,
London. E14

Mr. Nye,
C.H. Nye Ltd.,
53 Billingsgate Market
London E14.

Mr. D. McDougal,
c/o The Telephone Management
Co., Ltd.,
The City Business Centre,
2 London Wall,
London. EC2M 5PP

Ms. Janice Adamson,
Catering Manager,
Cafe Royal,
68 Regent Street,
London W1.

Mr. G. Bacon,
Canada/Uk Chamber of Commerce,
3 Lower Regent Street,
London SW1.

Mr. J.P. Morris,
Purchasing Manager,
Capital Catering Services
Lts.,
2 & 2a Cranbrook Road,
Chiswick,
London. W4

Mr. Freddie Spence,
Catercall Ltd.,
11 Keswick Road,
Putney,
London. SW15 2HZ

Ms. Lorna Pettipher,
Caterer and Hotel Keeper,
Reed Business Publishing Ltd.,
Quadrant House,
The Quadrant,
Sutton,
Surrey. SM2 5AS

Mr. Steve Dixon,
Dewberry Publication Services
Ltd.,
Morgan Grampian House,
Calderwood Street,
London. SE18 6QH

Mr. C. Champion,
Champion Seafoods Ltd.,
Goodliffe House,
Goodliffe Gardens,
Tilehurst,
Reading.

Mr. Marjan Lesnik
Catering Manager,
Claridges,
Brook Street,
London. W1.

Mr. Nigel Rogers,
Clouston Foods,
924 Oxford Road,
Tilehurst,
Reading,
Berkshire. RG3 6TB

Mr. R. West,
Clouston Foods (Europe) Ltd.,
924 Oxford Road,
Tilehurst,
Reading,
Berks. RG3 6TB

Mr. R.C. Kerrison
Colchester Oysters Fisheries
Ltd.,
North Farm,
East Mersea,
Colchester,
Essex. CO5 8UN

Mr. Simon Collett,
Copes Cuisine,
99-103 Lomond Grove,
London. SE5 7HN

Mr. Mark Kearsley,
Cornish Fresh Fish,
Trelyn Farm,
St. Keverne,
Helston,
Cornwall, TR12 6NZ

Ms. Janet Hunt,
Cornish Fresh Fish,
Trelyn Farm,
St. Keverne,
Helston,
Cornwall, TR12 6NZ

Mr. Brian Turner,
Development Director,
Crown Catering Group,
Crown Centre,
236 London, Road,
Romford,
Essex. RM7 9EL

Ms. Thane Prince,
Daily Telegraph,
25a Lonsdale Square,
London. N1

Ms. Elizabeth Williamson,
Food and Cookery Writer,
Daily Telegraph,
Peterborough Court at South
Quay,
181 Marsh Wall,
London. E14 9SR

Mr. John Eaton,
Dawnfresh Seafoods Ltd.,
North Shore,
Whitehaven,
Cumbria, CA28 7XQ

Mr. David Rowe,
Decanter,
23-27 Tudor Street,
Battersea Park Road,
London EC4 7OHR

Mr. Peter Baker,
Purchasing Manager,
Dobbs International (UK) Ltd.,
Girling Way,
Great South West Road,
Feltham,
Middlesex.

Mr. Diane Farquahar,
Editor,
Eurofish Report,
Agra Europe (London) Ltd.,
25 Frant Road,
Tunbridge Wells,
Kent. TN2 5JT

Ms. Sophie Grigson,
Foods and Cookery Writer,
Evening Standard,
118 Fleet Street,
London. EC4P 4JT

Mr. Derek Lawrence,
Fastnet Fish,
Murray Street,
Grimsby,
South Humberside.

Mr. K. Wharton,
Editor,
Fish Trader,
Retail Journals Ltd.,
Queensway House,
2 Queensway,
Redhill,
Surrey. RH1 1QS

Mr. B.S. Edwards,
Head of Branch
MAFF,
Nobel House,
17 Smith's Square,
London. SW1P 3HX

Mr. Tim Oliver,
Editor,
Fishing News,
AGB Heighway Ltd.,
Cloister Court,
22-26 Farringdon Lane,
London. EC1R 3AU

Mr. B. Little,
Floyds (Fish Merchant),
180 High Street East,
Sunderland. SR1 2J2

Mr. Richard Meadows,
Flying Fish,
Unit 3B,
Devonshire Court,
Heathpark Industrial Estate,
Honiton. EX14 8SB

Mr. Peter Wenham,
Purchasing Manager,
Fortnum and Mason Ltd.,
181 Piccadilly,
London W1.

Mr. Bernard de Villele,
Food and Beverage Manager,
Fours Seasons Inn on the Park
Hotel,
Hamilton Place,
London W1.

Mr. P. Rostand,
Managing Director,
Frigifrance,
Warwick Lodge,
17 Brookley Road,
Brockenhurst,
Hants. SO42 7RR

Mr. R. Thomas,
Fish Buyer,
Gateway,
Gateway House,
Hawkfield Business Park,
Whitchurch Lane,
Bristol. BS16 1TJ

Mr. Goodarzi,
GBD Associates,
348-352 Goswell Road,
London EC1

Ms. Lai Liu
Purchasing Manager,
Graysons Catering Services,
67 St. Helier Avenue,
Mordon.

Mr. R. Spurgeon,
Catering Manager,
Grosvenor House Hotel,
Park Lane,
London W1.

Mr. W. Harkin,
Harkin Seafoods (UK) Ltd.,
9 Fitzroy Place,
Galsgow.

Mr. Nick Ingram,
Henry J. Beam,
195 Kings Road,
London 3W3

Ms. Amanda Walsh,
Home and Garden,
IPC Magazines Ltd.,
Kings Reach Tower,
Stamford Street,
London. Sel 9LS

Mr. G. Bell,
John West Foods Ltd.,
54 Stanley Street,
Liverpool.

Mr. S. Wheeler,
John F. Seyfried Sons Ltd.,
Mickleton,
Chippin Campden,
Gloucestershire. GL55 888

Mr. Fred Stroyan,
Leathams Larder Ltd.,
1 Bethwin Road,
Camberwell,
London. SE5

Guest of
Lathams larder Ltd.,
1 Bethwin Road,
Camberwell,
London. SE5

Mr. Kahill,
Letchmore Lodge Farm,
Plumpton Green,
Nr. Lewis BN7 3GF

Mr. David Little,
Purchasing Manager,
Letheby & Cristopher Ltd.,
The Grand Stand,
Ascot Race Course,
Ascot,
Berks.

Mr. Mauro Melani,
Liberty Restaurant,
Liberty plc,
Regent Street,
London. W1

Ms. Toni M. Lombardi,
Lobsters Ltd.,
Talina Centre,
Unit 25,
Bagley's Lane,
London SW6 2BW

Mr. Anthony Cozzi,
manager,
Lobsters Ltd.,
Talina Centre,
Unit 25,
Bagley's Lane,
London SW6 2BW

Mr. C. Harris,
M. & J. Seafoods,
39-41 Rabans Close,
Aylesbury,
Bucks.

Mr. G. Duke,
MacAllen's Fisheries,
Units 1C,
Cody Business Centre,
Cody Road,
Canning Town,
London E16 4SR

Ms. ANgela Megson,
Fish Buyer,
Marks and Spencer Plc.,
Michael House,
Baker Street,
London W1.

Mr. T.J. Evans,
Marr Seafoods Ltd.,
102 Gillot Street,
Hull HU3 4J6

Mrs. Jane Prendergast,
Purchasing Manager,
Mustard Catering,
1 Brixton Road,
London. SW9

Mr. Maurice Talor,
Nor-Sea Foods,
Bridge of Don Industrial
Estate,
Aberdeen. AB2 8EE

Mr. R. Vaudrey,
Nova Scotia House,
14 Pall Mall,
London. SW1Y 5LU

Mr. R. Panter,
Peabody Fine Foods Ltd.,
Peabody House,
Trading Estate,
Addlestone,
Weybridge,
Surrey. KT15 2RP

Mr. Geoffrey Smith,
News Editor,
Press Assn News Features,
85 Fleet Street,
London. EC4

Mr. Richard Baker,
Quebec House,
59 Pall Mall,
London. SW1Y 5JH

Mr. Herman Vyncke,
Quebec House,
59 Pall Mall,
London. SW1Y 5JH

Mr. H. Vyncke,
Quebec House,
59 Pall Mall,
London. SW1Y 5JH

Mr. A.N. Ingleton,
Queen's Moat Houses PLC.,
Queen's Moat House,
St. Edwards Way,
Romford,
Essex. RM1 4DD

Mr. David Ashton,
R. & A. Seafoods,
33 Manor Road,
Wallington,
Surrey. SM6 OBW

Mr. C. Ramus,
Ramus Seafoods,
Ocean House,
Kings Road,
Harrogate,
Yorks. HG1 9XX

Mr. S. Caulfield,
Richmond Storage & Transit Co.
(UK) Ltd.,
Walter Street,
Liverpool, L5 9TB

Mr. Mike Thompson,
Ross Youngs Ltd.,
Ross House,
Wickhman Road,
Grimsby,
South Humberside. DN31 3JP

Mr. R. Sales,
S & W Berisford,
Berisford house,
King Street,
Middlewich,
Cheshire. CW10 9LY

Mr. Walter Pillay,
Purchasing Manager,
S.A.S. Service Partner,
Dick Turpin Way,
Belfont,
London.. TW14 OPQ

Mr. Roy Williams,
Purchasing Manager,
S.A.S. Service Partner,
Dick Turpin Way,
Belfont,
London. TW14 OPQ

Mr. H. Evdokimou,
Sacy Ltd.,
35 Ballards Lane,
Finchley,
London N3 1XW

Mr. N.C. Smith,
Purchasing Manager,
Savoy Hotel PLC,
1 Savoy Hill,
London WC2R OBP

Mr. David Brunt,
Purchasing Manager,
Barclay Hotel.

Mr. John Bertran
Catering Manager,
Scott's Restaurant Plc.,
20 Mount Street,
London W1

Mr. Calas
Soctt's Restaurant Plc.,
20 Mount Street,
London. W1.

Mr. Oliver Giblin,
Sea Products International,
Wholesale market Precinct,
Pershore Street,
Birmingham. B5 6UU

Ms. Ivette Murphy,
Editor,
Seafood International,
agb Heighway Ltd.,
Cloister Court,
22-26 Farringdon Lane,
London EC1R 3AU

Ms. Joyce West,
Editor,
Seafood News,
AGB Heighway,
Cloister Court,
22-26 Farringdon Lane,
London EC1R 3AU

Mr. Don Mayer,
Purchasing Manager,
Selfridges Ltd.,
400 Oxford Street,
London W1A 1AB

Mr. J. Tower,
SFIA,
18 Kempton Park Road,
Cusworth,
Doncaster. DN5 8TO

Ms. Alexandra Camphill,
She Magazine,
72 Broadwich Street,
London W1 V2BP

Mr. P. Ferraro,
Catering Manager,
Skeekey's Restaurant,
28 St., Martins Court,
London WC2

Dr. Eric Edwards,
Shellfish Association of GB,
Fishmonger's Hall,
London Bridge,
London. EC4R 9EL

Mr. R. Taylor,
Smith Fish Ltd.,
Grimsby,
South Humberside.

Mr. D. Cursons,
St. Augustine Marine Farm,
Sweechbridge Road,
Hillborough,
Herne Bay,
Kent.

Ms. Gretel Beer,
Food and Cookery Writer,
Sunday Exoress,
121-128 Fleet Street,
London EC4P 4JT

Mr. Robert Joseph,
Sunday Telegraph,
Peterborough Court at South
Quay,
181 Marsh Wall,
London E14 9SR

Ms. Sheila Keating,
Sunday Express,
Ludgate House,
245 Blackfriars Road,
London SE1

Ms. Sarah Miller,
Sunday Times,
1 Pennington Street,
London. E1 9XW

Ms. Dee Nolan
Sunday Express,
Ludgate House,
245 Blackfriars Road,
London. SE1.

Ms. Caroline Trip,
Purchasing Manager,
Sutcliffe Catering Group Ltd.,
Mulliner House,
Flanders Road,
Turnham Green,
London. W4 1NN

Ms. Lindsey Bareham,
taste Magazine,
Greencoat House,
Francis Street,
London. SW1

Mr. Robin Young,
Wine Editor,
Taste magazine,
Greencoat House,
Francis Street,
London. SW1

Mr. Rory Ross,
Tatler Publishing Co. Ltd.,
Vogue House,
Hanover Square,
London. W1R 0AD

Mr. J. Bayliss,
The Food Department Ltd.,
Unit 18,
Ridgewood,
Uckfield,
E. Sussex. TN22 5SX

Mr. Tony Bennett,
The Grocer,
William Reed Ltd.,
5-7 Southwark Street,
London SE1 1RQ

Ms. Jocelyn Dimbleby,
Food and Cookery Writer,
The Sunday Telegraph,
Peterborough Court at South
Quay,
181 marsh Wall,
London. E14 9SR

Ms. leslie Forbes,
Food Editor,
The Correspondent,
21 Clerknwell Close,
London EC13 0AA

Mr. Andy harris,
Food Editor,
The Correspondant,
21 Clerknwell Close,
London EC13 0AA

Mr. Paul Levy,
Food and Cookery Writer,
The Observer,
Chelsea Bridge House,
Queenstown Road,
London SW8 4NN

Mr. S. McIlroy,
Chairman,
The Wapping Big Lobster Company,
Ltd.,
F16, Lanterns Court,
Mill Harbour,
London. E. 14.

Ms. Dee McQuillan,
Food and Cookery Writer,
The Independent,
40 City Road,
London. EC1Y 2DB

Mr. Robin Young,
Features,
The Times,
1 Pennington Street,
London E1 9XN

Mr. Quentin Neville,
THF Group Purchasing,
Unit 4,
Humphreys Road,
Woodside Estate,
Dunstable.

Mr. Christopher Watts,
Purchasing Manager,
Thistle Hotels Ltd.,
5 Victoria Road,
London. W8 5RA

Mr. C.N. Tran,
Managing Director,
Transatlantic Seafoods,
5 Hogarth Road/Place,
Earls Court,
London. SW5 0Q7

Mr. H.C. Tran,
Transatlantic Seafoods,
5 Hogarth Road/Place,
Earls Court,
London. SW5 0Q7

Ms. Sally Freeman,
Area Manager,
Trusthouse Forte Catering
Partnership,
1 Augustine Close,
Blackthorne Road,
Colnbrook,
Bucks. SL3 ODZ

Ms. Jill Cox,
TV Times,
Independent Television
Publications Ltd.,
247 Tottenham Court Road,
London. W1P OAU

Mr. Tim Aubrey,
UB Chilled Foods,
Estate Road No. 1,
South Humberside Industrial
Estate,
Grimsby,
South Humberside, DN31 2TB

Mr. M. Defrates,
UKFFPA,
1 Green Street
Grosvenor Square,
London. W1Y 3RG

Mr. Dennis Staples,
Managing Director,
United Preserves Ltd.,
4-5- Hythe Road,
London. NW10

Mr. Gordon MacKenzie,
Food Purchasing Manager,
Virgin Atlantic,
Masefield House,
Old Brighton Road,
Lowfield Heath,
Crawley,
Sussex.

Mr. Paul Norris,
Cargo Manager,
Wardair Cargo,
Roy Bow Bonds,
C2 Transit Shed,
Cargo Terminal 1,
Gatwick Airport, Gatwick.

Ms. Lucy Knox,
Cookery Editor,
Woman and Home,
IPC Magazines,
Kings Reach Tower,
Stamford Street,
London. SE1

Mr. Groves,
THF Catering,
9th Floor,
Gt West House,
Gt. West Road,
Brentford,
Middlesex. TW8 9DF

Mr. Richard Moore,
Aquaria Magnifique.
20 Buckingham Gardens,
E. Molesey,
Surrey. KT8 9TH

Mr. C.W. Capstick,
Deputy Secretary,
MAFF,
Whitehall Place,
London.

Mrs. A.M. Blackburne,
Head of Fisheries Division
III,
MAFF,
Nobel/Ergon House,
17 Smith Square,
London. SW1P 3HX

Mr. Martin Ibbotson,
MAFF,
Fisheries Division III,
Noebl/Ergon House,
17 Smith Square,
London. SW1P 3HX

APPENDICE I

LISTE DES RESPONSABLES

Direction de l'expansion du commerce et de l'investissement et de
la technologie de l'Europe de l'ouest
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
125 Promenade Sussex
Ottawa, K1A 0G2

Jennifer Barbarie
Tel: 613-996-5555
Telex: 053-3745
Fax: 613-996-9103

Direction des pêches
Affaires extérieures et du Commerce extérieur Canada
125 promenade Sussex
Ottawa, K1A 0G2

François Laberge
Tel: 613-995-1714
Telex: 053-3745
Fax: 613-995-8384

Haut-Commissariat du Canada
Macdonald House
1 Grosvenor Square
Londres , W1X 0AB

Janet Farmer
Tel: (011-44-1) 629-9492
Fax: (011-44-1) 491-3968
Telex: (code 51) 261592

Liste des Centres de Commerce International

VANCOUVER

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Scotia Tower
900-650, rue Georgia ouest
C.P. 11610
Vancouver (Colombie-
Britannique)
V6B 5H8
Télécopieur: (604) 666-8330
Télex: 04-51191

Contact

M. Zen Burianyk
Délégué commercial principal
(604) 666-1438

ALBERTA

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Bureau d'EDMONTON
Canada Place
Pièce 540
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Télécopieur: (403) 495-4507
Télex: 037-2762

Contact

M. Bill Roberts
Délégué commercial principal
(403) 495-4415

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
BUREAU DE CALGARY:
11e étage
510 - 5e rue S.O.
Calgary (Alberta)
T5P 3S2
Télécopieur: (403) 292-4578

Contact

M. Gérald Milot
Délégué commercial principal
(403) 292-6409

SASKATOON

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
6e étage
105-21e rue est
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Télécopieur: (306) 975-5334
Télex: 074-2742

Contact

M. Al McEwen
Délégué commercial principal
(306) 975-4343
M. Ron McLeod
(306) 975-5318

WINNIPEG

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
8e étage
330, avenue Portage
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Télécopieur: (204) 983-2187
Télex: 07-57624

Contact

M. Al Lyons
Délégué commercial principal
(204) 983-4099

TORONTO

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Dominion Public Building
4e étage
1, rue Front ouest
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Télécopieur: (416) 973-8161
Télex: 065-24378

Contact

M. Doug Sirrs
Directeur Général
(416) 973-5050
M. Doug Paterson
Délégué commercial principal
(416) 973-5053

MONTREAL

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Tour de la Bourse
800, Carré Victoria
Bureau 3800
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Télécopieur: (514) 283-3302
Télex: 055-60768

Contact

M. Claude Lavoie
Délégué commercial
(514) 283-8791

MONCTON

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Assumption Place
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau Brunswick)
E1C 8P9
Télécopieur: (506) 857-6429
Télex: 014-2200

Contact

M. Guy-André Gélinas
Délégué commercial principal
(506) 857-6440

HALIFAX

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Central Guarantee Trust Building
1801 rue Hollis
C.P. 940, Succursale "M"
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Télécopieur: (902) 426-2624
Télex: 019-22525

Contact

M. Doug Rosenthal
Délégué commercial principal
(902) 426-6125

CHARLOTTETOWN

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Confederation Court Mall
134, rue Kent, Pièce 400
C.P. 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Télécopieur: (902) 566-7450
Télex: 014-44129

Contact

M. Fraser Dickson
Délégué commercial principal
(902) 566-7443

ST. JOHN'S

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Télécopieur: (709) 772-2373
Télex: 016-4749

Contact

M. Tom Greenwood
Délégué commercial principal
(709) 772-5511

AUTRES PERSONNES RESSOURCES RESPONSABLES DU COMMERCE DANS LES TERRITOIRES: WHITEHORSE

Pièce 301
108, rue Lambert
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Télécopieur: (403) 668-5003

Contact

M. Larry Bagnell
(403) 668-4655

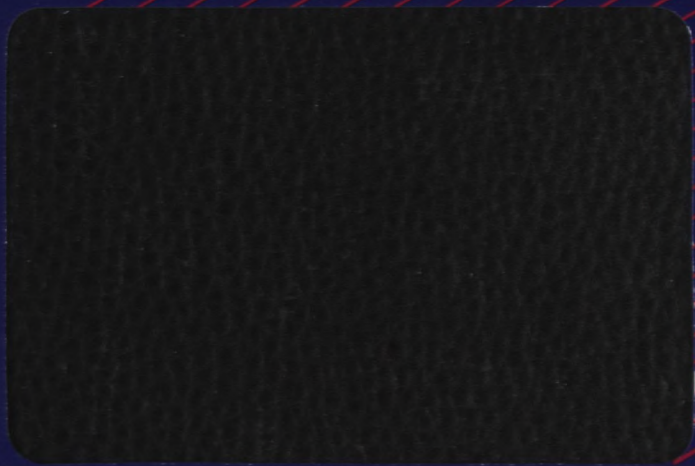
YELLOWKNIFE

10e étage
Precambrian Building
4922 - 52e rue
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Télécopieur: (403) 873-6228

Contact

M. Jeff Titterington
(403) 920- 8575

doc
CA1
EA660
89F31
EXF



Canada

External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Prepared by the International Trade
Development Branch

Publication préparée par le Secteur de
l'expansion du commerce extérieur



External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

.b2300424 (E)
.b2300436(A)

THE FIRST CANADIAN
LOBSTER CONFERENCE

CANADA HOUSE
LONDON, ENGLAND
OCTOBER 12, 1989

43-2555-590

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

APR 18 1990

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Prepared by:

David Shortall
Deputy Director and
Trade Commissioner
Fisheries Division
External Affairs and
International Trade Canada

tel: 613-995-1713
fax: 613-995-8384

INTRODUCTION

The First Canadian Lobster Conference was held at Canada House, London, England on October 10, 1989. The purpose of the conference was to inform the UK trade of the supply potential, quality and versatility of Canadian lobster products. This should help stimulate demand for Canadian lobster in the United Kingdom at a time of abundant supplies in Canada. Currently, the UK is a relatively small market for lobster with exports of about \$4 million in 1988. However, this represents an increase of 30 per cent over 1987.

The conference was the result of close collaboration between the Canadian High Commission, External Affairs and International Trade Canada (EAITC) and the provinces of Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island. A conference format followed by a taste testing was chosen as the most straight forward way to inform the assembled importers, caterers, restaurateurs and food press of the qualities and availability of Canadian lobster. The event attracted 90 knowledgeable participants. The Minister of International Trade, Hon. John C. Crosbie, who was in London on other business made a brief address to the gathering.

The presentations were well received. There were factual, timely and stimulated a lively discussion. Participants noted that the conference provided an opportunity for a full discussion of the Canada/UK lobster trade. A demonstration by P.E.I. chef Hans Anderegg on the handling of lobster was also a major feature. He also helped the caterer prepare the lobster tasting which followed the formal meeting.

The purpose of the tasting was to demonstrate the wide variety of lobster products available from Canada and to highlight the versatility of both live and frozen lobster in menu preparation. Delegates were presented with a formal display table of four dishes illustrating different catering uses of lobster. A range of prepared hot and cold dishes and a display of lobster products rounded out the presentation. A selection of lobster finger food was also offered along with premium Canadian wine and champagne. The emphasis of the tasting was on the uniqueness of lobster as a luxury food product and a product with a diversity of applications to meet demand from consumers for more exotic and upscale foods.

The conference attracted favourable press coverage. A major article appeared in FISH TRADER, the most important trade journal serving all segments of the UK fishing industry. As follow-up a number of activities are being examined. These include seminars for UK chefs demonstrating lobster handling and presentation techniques and a lobster promotion in a London restaurant chain catering to tourists. London attracts 20 million visitors a year, many from countries with a lobster eating culture. It is also proposed to apply the seminar/tasting concept in other markets where potential for market growth exists.

The Fisheries Division of External Affairs and International Trade Canada plays the key role in the promotion and dissemination of export market information on lobster. Information on lobster promotions and other fisheries trade promotion activities carried out by EAITC may be obtained from the list of contacts in the appendix. For exporters the first point of contact for export trade services are the International Trade Centres, located in major centres across Canada.

Programme

* **Opening Remarks**

Canadian High Commission, London:
Ronald J.L Berlet, Minister (Economic/Commercial)
David Hutton, Counsellor (Commercial)

* **Canadian Lobster - The Supply Side**

David Shortall, Deputy Director
Fisheries & Fish Products Division
External Affairs and International Trade Canada
Ottawa

* **There Today - Here Tomorrow**

Pat O'Malley
Air Canada
Cargo Sales Office
Halifax, Nova Scotia

* **Canadian Lobster - An Importers View**

Tim Lucas, Director
Simson's Fisheries
Surrey

* **Catering to the Market**

Louise Melanson
Dept of Fisheries and Aquaculture
Government of New Brunswick

Hans Anderegg
Chef de Cuisine
Prince Edward Island

* **Lobster Tasting**

Catered by Lorna Wing
Lorna Wing Limited
London

Hans Anderegg

Canadian Lobster: The Supply Side

David Shortall
Deputy Director and
Trade Commissioner
Fisheries Division
External Affairs and
International Trade
Canada

INTRODUCTION

Lobster is one of the first commercial fisheries to be developed in Canada. In fact lobster canning along with salmon canning are two of Canada's oldest processing industries.

The first lobster cannery was constructed in New Brunswick in 1887 and by 1900 there were 767 canneries. Most of the production was shipped to the UK. The UK is still our largest market for canned salmon but it has ceased to be a major market for lobster. We endeavour to change that.

Three kinds of lobster are marketed for food - clawed lobster, squat lobster and the spiny or non-clawed lobster. The lobsters found in US and Canadian waters is the American lobster - Homarus Americanus. While it has no immediate relatives in Canada it is related to the European lobster - Homarus Grammarus and the Norway lobster or scampi.

Canada is the world's leading supplier of lobster species and accounts for 25 per cent of the world catch which amounted to 144,000 tonnes in 1987. The other major suppliers are the United States, Australia and Cuba. The Homarus species has shown the largest increase in landings of any lobster species in recent years.

The Provinces of Nova Scotia, Prince Edward Island and New Brunswick account for about 80 per cent of lobster landings with the remainder from Quebec and Newfoundland.

In 1988 landings totalled 38,5000 tonnes with a landed value of some \$250 million. The lobster fishery produces a landed value second only to that of cod in Atlantic Canada and has become a major source of income for many small boat fishermen.

Of the 90% of total landings exported in 1988, 71% were destined to the USA. 22% to Europe and 7% to Japan.

DISTRIBUTION

The American lobster is found solely in the waters of the Atlantic coast of North America from Labrador to North Carolina and is fished commercially from Newfoundland to Virginia. The areas of greatest yield are

the Gulf of Maine, Southwestern Nova Scotia and the southern part of the Gulf of St. Lawrence.

The lobster fishery is essentially a coastal fishery. The lobster are taken a few miles from shore in depths of water of about 45 metres. In 1971 an offshore fishery was opened on Georges Bank in the Gulf of Maine.

HABITAT

Lobsters prefer a habitat where they can find shelter. In deep water canyons off the coast of the U.S., lobsters have been observed lodged individually in small burrows into the face of clay cliffs. Inshore lobster populations are found on rocky bottoms, where a large number of individuals can obtain appropriate shelter. On sand or mud lobsters may be found hiding under rocks of about their own size.

The lobster begins its life as an egg, glued to the underside of the females abdomen. Usually the eggs hatch in summer and float to the surface where they feed upon smaller planktonic organisms and undergo three moults each time growing larger and more similar to an adult. In three to six weeks the larvae sinks to the seabed to begin its sedentary existence. The mortality rate is very high and only about one per cent of the floating larvae may settle to the bottom.

While the mortality rate of larvae is very high, each female produces an enormous number of eggs. For example, a lobster with a carapace or shell length of only 3 inches releases about 7500 eggs at one time. Even if only one per cent survive this still means that each female releases about 75 offspring that survive. Typical large breeders in the bay of Fundy release 30,000 eggs at one time and jumbo lobsters of 5 inch carapace can produce more than 40,000 eggs.

Water temperature is critical to variations in lobster growth. As the growing lobster becomes too large for its shell it sheds it for a new one. Since lobsters grow faster in warmer waters they also moult more often. In the Northumberland Strait for example where summer water temperatures may reach to degrees celsius, a lobster at the current minimum size of 2.5 inches carapace length, can moult twice in one year.

Once a lobster has replenished the flesh within its shell, it will be about 50 per cent heavier than

before the moult. Thus a lobster from the Northumberland Strait would grow from 7 ounces to about one pound and would moult twice, whereas its counterpart in a cooler habitat would average 10 ounces and moult only once.

Temperature is also a factor in the age at which a lobster attains sexual maturity. Female lobsters in the Northumberland Strait may mature at 7 ounces or three years of age while their counterparts in the Bay of Fundy will not mature sexually until they are about 1.5 pounds and eight years of age.

CATCHING SEASONS

In Atlantic Canada there are no less than 38 lobster fishing districts with 26 different opening and closing periods. Suffice to say that lobster is caught through out the year in Canada. There are two periods in which the bulk of landings are made - later April to late July and December 1 to January 30. About 75% of landings occurs between the first of May and the end of July.

RESOURCE MANAGEMENT

Canadian lobster landings have increased steadily from 19,000 tonnes in 1978 to almost 39,000 tonnes in 1988. The resource is biologically the healthiest of the world's lobster resources. This is the result of rigorous resource management.

The regulatory regime has been in existence since 1873 and has evolved over time to provide stability in landings in the face of strong competition between fishermen, variations in catch rates and cyclical variations in year classes.

The earliest regulations placed restrictions on soft shell lobsters, egg bearing females and lobster sizes. These changes were driven largely by market requirements.

Over the past 20 years the first regulations were put in place to curtail fishing capacity and infuse the industry with more stability. Trap limits were introduced followed by limited entry. A buy-back program retired some 1600 licenses.

The result of these measures has been a substantial increase in landings while average catch per vessel and value of catch per vessel have increased as

well. The fishery now supports a viable and prosperous industry with a core of professional fishermen who derive most of their livelihood from lobster.

Canada is now reviewing legislation to increase minimum size of the carapace to match United States regulations. The US has a schedule of yearly incremental increases in the carapace size which will culminate in a 3 5/16 inch carapace length by January 1992.

Canadian lobster currently vary in carapace size from 2 1/2 inches around PEI to 3 3/16 in much of Nova Scotia, the Bay of Fundy area of New Brunswick and in Newfoundland. Canada currently benefits from a US exemption of its federal regulation of mandatory minimum size of 3 1/4 inch. However, the New England States have their own regulations preventing the sale of these Canadian undersized lobsters.

The biological argument for increasing the carapace size is to leave more animals in the water for increased egg production. Over the long run this should mean greater numbers of lobster and a high percentage of larger size lobster. Initial losses in landed weight as a result of carapace increase would also be replaced by gains in the resource biomass.

Currently there is much debate in Canada on the wisdom of minimum sizes. A key argument against is that the waters of the Gulf of St. Lawrence where much of the Canadian catch is taken is substantially warmer than the Gulf of Maine the principal US fishing area. Lobsters caught inside the Gulf mature more rapidly and at a smaller size than lobsters outside the Gulf. There is no mixing between Canadian and US stocks. Nevertheless it is clear that the supply of young lobsters for the fishery could be improved thereby raising the overall level of productivity of stocks.

STRUCTURE OF THE INDUSTRY

Lobster fishermen normally sell their catch to buyers who in turn hold the lobsters for short periods of time before selling them to larger buyers, processors. Tidal pound operators or retailers. The processors in turn produce whole frozen lobster, or frozen or canned lobster meat, paste and tomalley products and other specialty products.

LIVE LOBSTER

Live lobster accounts for about 50 of Canada's lobster production. Generally speaking the larger lobsters tend to be marketed live with an average weight of 1-1.5 pounds. There are no less than 11 grades ranging from less than one pound to 4 lbs and up. The product is destined largely for caterers. Federal fisheries regulations require that live lobster must be sold in "live" form. However, for shipping purposes a tolerance of 5% mortality is tolerated.

In each province of large number of buyers are shipping live lobsters directly into the market. Live lobsters are stored in floating wooden crates or wooden shore based tanks supplied with running sea water or in tidal pounds. Pound operators buy lobsters when they are abundant and hold them until seasonally reduced catches raise the selling price.

A major factor in the year round supply of live lobster has been the expansion of lobster pounds. Pounds vary from large cages to fenced off coves (open ocean systems) to sophisticated dryland enclosed filtration systems which one Canadian company has developed.

In the enclosed filtration system there is no limit to the length of time a lobster can be held in a state of reduced metabolism in which there is virtually no need for food. It is a condition similar to hibernation but without the associated shrinkage. Each lobster is held in a separate compartment to avoid cannibalism. The constant low temperature and limited energy loss means that the lobsters have harder shells are fuller and have firmer textured meat. Over a 10 month period weight loss does not exceed 5%.

Lobsters are often held for up to 10 months at the facility established by clearwater fine foods at Arichat, Nova Scotia. This facility offers state-of-art lobster holding technology and is equipped to hold 1.5 million pounds of lobster.

With respect to demand for live lobsters, it increases in the summer time in Atlantic Canada and New England with heavy tourism. However, as the supply of New England caught lobsters is greatest during the summer months, prices are generally lower during this period.

During the Christmas period through to Easter demand for live lobster is high particularly in Europe and supply is lowest. Therefore prices tend to be highest.

There are about 150 enterprises producing live lobster in Atlantic Canada. Nova Scotia is by far the largest producer with both a summer and winter season.

WHOLE FROZEN LOBSTER

This product known as "popsicle pack" accounts for about 30% of lobster production. The product is cooked and sealed in salt water in a vacuum pouch. Regulations require that all lobster must be alive prior to cooking.

Popsicle pack tends to utilize the smaller sizes and is designed primarily for retail trade.

Popsicle pack is graded as follows: 250G, 300G, 350G, 400G, 450G, 500G, 600G, 650G.

There are some 65 processing plants which process canned or frozen lobster products. These are located mainly in New Brunswick, PEI and Quebec.

FROZEN LOBSTER MEAT

This accounts for about 15% of lobster production and refers to lobster which has been cooked shelled and packed into cans and frozen without heat treatment. Freezing instead of autoclaving or heat sterilizing the cans retards bacteria growth without spoiling the texture of the meat.

Frozen lobster meat is commonly referred to as "cold pack". The product must remain frozen until consumed. Five different grades of meat are packed ranging from the highest grade and most expensive tail and claw pack to the lowest grade broken meat pack. Specialty orders are also packed. Such packs might include claw meat only or tail meat only depending upon end use.

The product is packed as follows: 11.3 oz., 2 lbs. and 5 lbs.

Since 1988 processors of lobster meat have been subject to more rigorous manufacturing practices to protect against the presence of lysteria or other contaminants. "Enhanced sanitation" procedures have been

introduced and fisheries inspectors monitor processes on a regular basis.

The product is also sampled on a shipment by shipment basis by United States FDA inspectors. Since the implementation of good manufacturing practices no traces of lysteria have been found in cooked Canadian lobster.

PROCESSED LOBSTER MEAT

This product is commonly referred to as "hot pack". The product is sterilized in time/temperature retorts and as a canned product does not require refrigeration. Hot pack lobster is packaged under the producers or buyers private label. It is packed in 2.5 oz., 5 oz. and 10 oz. cans. In recent years the production of this product in Canada has continued to diminish and now accounts for less than 5% of lobster production.

MARKETS

Over 90 per cent of Canada's lobster is exported. The most important markets are the United States, Western Europe and Japan. While the US is the largest market demand is increasing in both the Europe and Japan.

The industry is essentially supply driven with production and exports constrained for the most part by seasonality or by variations in resource availability, rather than by market conditions. Heavier than usual catches in 1989 and reduced demand in Japan and New England are making suppliers more sensitive to market conditions and opportunities.

UNITED STATES

The US is the world's largest importer of lobster. In addition to its own domestic production of 20,000 tonnes the US imports about 40,000 tonnes of lobster each year. The United States is by far the largest market for Canadian lobster accounting for more than 70 per cent of all exports. Some 75 per cent of exports are in live form. The US is also the major market for frozen lobster meat with 90 per cent of exports.

EUROPE

Europe is Canada's second largest market accounting for approximately 22 per cent of Canada's exports and in recent years has been growing at a faster rate than the US aided by strong European currencies. There is considerable room for expansion in Europe notwithstanding generally high tariffs and a weakening currency situation.

Europe is the largest market for frozen lobster in Brine. The largest single market is France which grew by 40 per cent alone between 1987 and 1988 and is expected to increase again in 1989. Canadian lobsters are heavily promoted at Christmas time in French supermarkets. The UK is a relatively small market for frozen lobster with exports of 138 tonnes valued at \$1.7 million in 1988.

Overall live lobster exports to Europe are a growth product. This is the result both of improved transportation links from Canada and better holding facilities in both Europe and North America. Currently Canada faces strong competition in the live trade from the United States which has become a major force in the past two years. Again France is the major market and the main season is Christmas. At this time of the year lobsters are in relatively short supply and are high priced. We would like to see greater utilization of less expensive lobsters during spring and summer.

Other major live markets are the Netherlands, Belgium, West Germany and the UK. In 1988 Canada's live exports to the UK were 322 tonnes valued at \$4.1 million. While the figure is relatively modest this represents a 30% increase over 1987.

JAPAN

Exports to Japan have grown from virtually nothing in 1983 to \$22 million in 1988. Much of the growth has been due to the heavy promotion of Canadian lobster by family restaurant chains. Perhaps a similar approach perhaps could be undertaken in the UK. Japan currently has a high inventory of lobsters because local customs dictated refraining from eating such red meat in deference to the dead emperor. In Japan the colour red is the symbol of death.

CONCLUSION

Canada has an abundant lobster resource. With the strong emphasis on conservation and resource management, the long term supply outlook is for stable growth. Canada should continue to be the world leader in lobster supply.

Our cold pristine waters ensure harder shelled animals with firmer, sweeter meat and fuller shells. These water are free of contamination and disease.

Canada is the world leader in dryland storage technology and as the technology of pounding improves so will our capacity to offer year round supplies at competitive prices.

Backing up the supply are modern government inspected handling and processing facilities ready to cater to the specific needs of customers. Strict inspections guarantee reliability of quality and phytosanitary standards.

With respect to live lobster, in the short term we expect to see increased emphasis on reducing mortality rates during holding and transport. Although already low at 5%, improvements will give increased economic gains to 11 segments of the industry.

On the processing side we expect increased emphasis on the newer products, for example, uncooked tails and vacuumed packed blanched whole lobster. Greater emphasis will also have to be placed on further processed specialty products including frozen portions and prepared entrees for the retail market. Improved packaging also represents a challenge to the industry.

Europe with its diversified tastes and increasing demand for more ready to cook and ready to eat products should be particularly receptive to these developments.

Lobster is one of the strongest components of Canada's seafood exports. However, we recognize that in order to sustain continued growth lobster products must satisfy the specific needs of the marketplace. We look forward to your views today on how this might be achieved in the United Kingdom.

CANADIAN LOBSTER: AN IMPORTERS VIEW

TIM LUCAS
DIRECTOR
SIMPSONS FISHERIES
COULSDON, SURREY

INTRODUCTION

There has been a general increase in the use of lobsters in the UK over the last few years for several reasons. There has been a general increase in usage of all fish and shellfish products as part of the healthy eating trend. The benefits of using lobsters in your diet will be dealt with a later speaker.

Lobster prices have not risen as rapidly as some other prime fish over the last few years and, with the growing acceptance of the Canadian product, the previously experienced winter peak prices do not occur. This encourages the catering industry to use lobsters on restaurant menus and for catering and banquet events.

Traditionally, the European lobster has been exported to the Continent and during the times when lobsters were scarce the prices would double due to demand from these markets which were prepared to pay the high prices. This still happens but the UK market is satisfied by imports from Canada.

Initially there was resistance from chefs to the Canadian lobster, firstly because it was something new and secondly because they were cooked as if they were European lobsters. As they have a thinner shell than their European cousins, overcooking causes the meat to toughen and results in a loss of flavour. It was also said that the flavour of the Canadian lobster was inferior to that of the European lobster, but with correct cooking procedures the flavour differences are minimal and only detectable by the true gourmet.

Maine lobsters are also imported from the USA but it is generally accepted that the meat texture and content is inferior to the Canadian product. The average sizes of the Maine lobster also tends to be small with the popular larger sizes being more expensive.

Until five years ago we used to work on the general rule of thumb that if Canadian lobsters were 50 pence per pound cheaper, then all of our clients would switch from the European lobster. This generally meant that sales of Canadian lobsters were limited to the period from November until April when UK fishing was poor or non-existent.

Nowadays, most Restaurant, Hotel and catering outlets will use Canadian lobsters as their first choice.

CURRENT STATE

At Simson's we use Canadian live lobsters throughout the year as our main lobster supplied to our customers for several reasons.

1. There is a vast range of sizes generally available throughout the year. These range from 6 ounces to 6 pounds, with larger animals being available if required. The various sizes have different uses in the UK market as follows:

The Canners These range from 6 ounces to 14 ounces but are not always available throughout the year as a live product. These can be used for dishes, where large langoustinas have been previously used to give some variation to a menu. The added bonus to the Restaurateur is that canner lobster are normally approximately £1.00 per pound cheaper than large langoustine, they arrive and stay live longer than langoustine. They can also be used as part of a platter de fruits de mer.

Chix Quarters and Halves These are normally used as single portion lobsters for a main course or as half-a-lobster as a starter or fish course. The size used will depend on the type of Restaurant or more particularly the budget. There are examples of all three sizes on the display next door, both whole and split.

1.3/ - 3 lbs (The Select Lobsters) These sizes of lobster are ideal for using split in half and half a lobster would be served per person.

3 lbs and over Lobsters The tail of this size of lobster is about 2 inches in diameter so the major use for these fish is as tail meat which is cut into medallions.

Extra large Lobsters Especially when they reach the 15-20 lb size make very impressive centre pieces for banquets and displays. The large lobster in the tank is approximately 6-lbs so you can imagine how eye catching a really big specimen would be.

Culls or, as we call them over here, crippled lobsters are the ones that have fought and lost. They have deliberately shed one or more claw to escape a predator knowing that a new claw will be grown. They are always sold cheaper and normally used broken down into meat for use in cocktails and any other dishes where only meat is required.

2. The price is relatively stable and Nowadays with the shortages of European lobsters. Canadian chix or one pound fish are at least 50 pence cheaper throughout the year. The difference is not always so great on other sizes. At certain times of the year the difference can be £2.50 per pound.

Month by month the availability, quality, origin and price difference between Canadian and UK lobsters is as follows:

This again is based on one pound lobsters.

JANUARY	All sizes available, good quality, some term stored Canadian wholesale price approx £4.60 lb about £3.00 lb cheaper.
FEBRUARY	All sizes available, good quality, mostly short term stored, approx £5.10 about £2.50 lb cheaper.
MARCH	All sizes available, good quality, mostly stored short and long term, approx £5.10 about £2.00 lb cheaper.
APRIL	Larger sizes difficult as normally bad weather has restricted landings and only few stored fish available, variable quality, approx £5.75 lb about £1.00 lb cheaper.
MAY	All sizes available, fresh caught and stored used. New seasons open good quality. Approx £3.75 lb about £1.00 cheaper.
JUNE	All sizes available, good quality fresh caught mainly, approx £3.65 lb about 75 pence lb cheaper.
JULY	All sizes available, good quality fresh caught and stored, approx £4.20 lb about 50 pence lb cheaper.
AUGUST	All sizes available, fresh caught, soft and poor meats but good quality stored available, approx £4.40 lb about 50 pence lb cheaper.
SEPTEMBER	Larger sizes 1.3/4 lb and over can be difficult. Mostly fresh caught but quality only fair, approx £4.10 about £1.20 lb cheaper.

OCTOBER All sizes available and quality improving especially in second half of month when new area opens, approx £4.50 lb about £1.50 lb cheaper.

NOVEMBER All sizes and all hard shelled giving excellent quality, approx £4.30 lb about £1.50 lb cheaper.

1988

DECEMBER All sizes available, both fresh caught and stored water cold so best quality, approx £4.30 lb about £2.50 lb cheaper.

1988

This relative stability is due to the organization and size of the operation as described by David Shortall. The exceptionally high price last April was caused by bad weather and shortage of stored fish. The prolonged bad weather had not been expected so not enough stored lobsters were held back.

As an importer and distributor of the live product, it means that we can virtually guarantee supplies of any size required by our customers 365 days a year.

It also means that fresh lobster dishes are being put onto the menus at major sporting and banqueting events. These events can now cater for 10,000 portions of fresh cooked lobster, all of an identical size and produced from a live product. The UK lobster fishery could not previously cope efficiently with events as big as these using one specific size of lobster. Because of the erratic nature of the day to day trade to Restaurants and Hotels with unpredictable orders, stocks of lobsters need to be kept live close to distribution outlets. This ideally means keeping lobsters live in holding tanks awaiting orders. Simson's tanks can comfortably hold 4,000 of live lobsters.

The bigger, more organised specialist live lobster exporters in Canada close to a major airport, can accept orders up to 1800 hours UK time and subject to airspace being available, the ordered lobsters will be shipped the same day and be available for collection the following morning at Heathrow Airport.

This enables us to top up stocks overnight if we sold one grade heavily. Generally speaking the time delay is much shorter than obtaining the lobsters from Scottish sources, and the sizes received will be the sizes

ordered. Grading from virtually all Canadian suppliers seems to be very good.

Importers such as ourselves with tanks also supply Restaurant wholesalers requirements each morning, if they do not have tanking facilities of their own. Any caterer should therefore be able to receive daily supplies of tanked lobsters.

Tanking facilities for distribution of Canadian lobsters in the UK tend to be at inland sites, and are normally refrigerated to give greater storage capacities. There has always been a few of introducing the lobster disease, gaffkemia, into the UK WITH but usually only appears in bad storage conditions, i.e. water too warm, overcrowding and lack of oxygen. This disease is not harmful to us but all lobsters in an infected tank system will soon die as the bacterium involved attacks the blood system of the lobster, reducing the oxygen carrying and blood clotting capabilities. The bacterium must enter the lobster through a wound in the shell or membrane and therefore only occurs when lobsters are mishandled in some way.

Fears that importations of lobsters from Canada will infect our stocks with goffkya bacterium appear unfounded as Roskan (in 1957) and M.A.F.F. (1977) reported on the incidence of this bacterium in local populations and blame for recent UK outbreaks should not be put into Canadian imports.

MORTALITY RATE

When transporting lobsters there are always casualties, whether the product originates in Canada or the UK. These are lobsters that are either dead on arrival or do not survive after re-tanking. Some expenses may be regained by cheaper sales for processing but, when costing, a mortality allowance must be made of between five and ten percent dependant upon the quality of the lobsters and the time of the year. Many shipments when lobsters are at the best arrive with under one percent mortality which is better than average shipment from Scotland.

This low mortality rate is certainly due to the good handling in Canada, care in transport and the type of boxes used. The latest type of box used in a flat all-cardboard box taking 30 lbs net live lobsters. This, in my opinion, gives the best results because for most

sizes of lobsters there is only one layer of lobster in the box. Deaths in transit can normally be attributed to one of two reasons.

1. Poor quality or weak fish being packed/or
2. Damage in transit or packing. Damage occurs when one of the spines on the back or top of a claw pierces the soft membranous joints or tail underside of another lobster. This leads to bleeding from the damaged lobster and, out of seawater, lobster blood does not coagulate easily, so the pierced lobster will either bleed to death or be so severely weakened that it will not survive re-tanking. With only one layer per box this problem should not arise. These boxes normally are divided into two compartments so even when tipped on their sides in transit the lobsters still remain in place. Ice bags keep the lobsters cool and seawater dampened newspaper or seaweed helps to keep the gill damp improving oxygen exchange through the gills and keeping the lobster strong. No such box exists on the UK market so a large box fitted to capacity with lobsters is the normal UK packaging with resulting damage.

FROZEN AND PROCESSED PRODUCTS

All the previously made points do in fact refer to the live lobster trade and there is also available a wide range of frozen products which can be substituted.

These products are produced when the lobster is at its cheapest and best so with reduced freight rates an equivalent product can be obtained more cheaply.

All the main products available are on display next door and there are experts on board to discuss the suggested uses for each product.

1. Whole cooked lobsters. These are presented in a variety of forms and sizes. They are mostly used where a whole lobster split is required.
2. Lobster meat. This can be presented in cans of 11.3 oz or 32 ozs either as a frozen product or heat packed. 5lb frozen blocks or 200g bubble packs are also available. The meat is prepared from the canner lobsters and the top grade products contains up to 20 percent broken pieces and 80 percent whole peeled claws and tails. For use in any dish where the shell is not presented.

3. Broken lobster meat or knuckles and claws
Presented in 5 lb frozen blocks. This is a cheaper product which can be used for lobster cocktails etc.
4. Lobster Tomali Presented in 5 lbs frozen blocks or 3 oz tins. This is mixed liver and roe. This product is used for sauces, soups and anything else that needs lobster flavouring.
5. Lobster Tails These are presented raw and would normally be used for grilling.

DRAWBACKS

A total dependency on Canadian lobsters does however have one drawback. Because of strictly enforced legislation, the landing and handling of berried lobsters is banned. These are hen lobsters carrying eggs. Some chefs do require the eggs which are an essential ingredient for some recipes and for production of lobster butter. Sometimes a licensed long term pound holder will find that lobsters have become berried in his pounds. The UK is one of the few countries that these can be shipped to but more normally one must take pot luck with an unberried hen lobster and hope that eggs have been developed internally.

However, all is not bad news the Canadians can now produce the necessary eggs in tinned forms so the range is complete.

CATERING TO THE MARKET

LOUISE MELANSON
DEPARTMENT OF FISHERIES AND
AQUACULTURE
PROVINCE OF NEW BRUNSWICK

CATERING TO THE MARKET

LOUISE MELANSON
DEPARTMENT OF FISHERIES AND AQUACULTURE
PROVINCE OF NEW BRUNSWICK

There is a saying that tasting is believing.

I am happy that we will have the opportunity in a few minutes to acknowledge it by sampling exquisite dishes prepared by Chef Hans Handeregg (P.E.I.) and Lorna Wing Limited (London Caterer CIE) by using our Canadian frozen lobster.

Canadian lobster may be purchased live in the shell, but there is also a wide variety of frozen lobster packs available.

You can purchase lobster in frozen meat either in cans or in vacuum pouches, frozen whole in shell, minced meat, raw tails, and much more.

Then again, our Canadian lobster packers are very flexible in meeting your own specific requirements.

Live or frozen, the Canadian lobster is available year round making your menu planning easy.

Be sure to know what to look for when purchasing either live or frozen lobster, you will be able to recognise its merits and ensure your customers of the very best top quality.

When you buy Canadian live and frozen lobster, you buy guaranteed freshness and to ensure that your customers enjoy this quality product. I recommend these tips:

LIVE LOBSTER

1. Upon receiving your order, check the lobster and look for movements when the lobster is lifted.
2. Care should be taken for storing, it should be covered loosely with a damp cloth in the refrigerator. It will stay alive for up to 24-36 hours.

3. And do not store live lobster directly on ice or fresh water. They will drown.
4. If you have a tank, the salt per water level should be 28-32 parts per thousand. Temperature of 12-16 degrees Centigrade.
5. And make sure that all claws of live lobster are banded before putting them in the tank, otherwise some lobster will fight among themselves which might result in broken shells.

FROZEN LOBSTER

1. On Delivery

Check each case to see that it has been handled properly. Open on-site to check damage, crystallization and thawing, and never accept any thawed or partially thawed products.

Check the temperature inside the middle of each case, temperature warmer than 0 degrees F (-18 degrees C) may cause product damage.

2. Storage

Product should be frozen on delivery and stored immediately in the freezer at 0 degrees F (-18 degrees C) or below.

Do not allow defrosted lobster to be refrozen.

Mark every case with the day and date of delivery, use a strict rotation routine.

Under ideal freezing temperature 0 degrees F (-18 degrees C) or below, the frozen lobster can be stored with no quality loss for nine months.

3. Thawing

The best way to defrost frozen meat is to place the unopened can or pouch in cold water in the refrigerator. Allow two hours per pound for thawing. Thaw whole frozen lobster in brine in the same manner in 6-8 hours.

Do not thaw in warm water or at room temperature, since this causes quality loss and drip loss.

Remember that this is not a pasteurized or retorted product and is not shelf stable without freezing.

COOKING LIVE LOBSTER:

BOILING

Most lobster in Eastern Canada and the United States is cooked by boiling in salted water. Lobster will have a mild ocean-fresh aroma, and taste delicious.

For each qt (litre) of cooking water add 2 oz (50g) coarse salt.

Use enough water to cover the lobster. Always time cooking from when the water returns to the boil after putting in the lobster.

Cook the lobster on 12 minutes for the first lb (500g), plus four minutes for each additional lb.

When cooked, remove lobsters from hot water and rinse with cold water.

A cooked lobster can be kept for three to four days in the refrigerator.

Cooking Times

Weight of lobster	Cooking time
1-1.1/4 lb/500-625	10-12 minutes
1.5 -2 lb/750g - 1 kg	15-18 minutes
2.5 - 5 lb/1250g - 2.1/2kg	20-25 minutes
6 - 10 lb/35kg	25-35 minutes
10 15 lb/5 - 7.5kg	35-40 minutes
15 -20 lb/7.5 - 10kg	40-45 minutes
20 - 25 lb/10 0 12.5 kg	1 hour

Preparation and Use

Canadian frozen lobster product broadens the range of options available to food service operators and consumers. These products can be combined with other ingredients to stretch your seafood dollar, but still add that elegance to a menu that only lobster can do. Food costs can be strictly controlled with no shrinkage or loss.

It is well known that the maritime provinces being Nova Scotia, Prince Edward Island, and New Brunswick are producing the best quality lobster on the market.

You don't have to take my word for it.

We have to proof here this afternoon with our frozen lobster.

Thank you.

LOBSTER SHIPMENTS
from
HALIFAX, NOVA SCOTIA to LONDON, ENGLAND

- Air Canada provides direct service from Halifax, Nova Scotia to London, England.
- There are three flights per week during the winter schedule (Nov. to Mar.) increasing to daily flights during the summer schedule.
- All flights are wide-body aircraft which provide containerized service for lobster shipments.
- Flight time approximately seven hours with late evening departures from Halifax and early morning arrivals in London.
- Cooler service is available in both Halifax and London.
- All major lobster shippers in Atlantic Canada are presently shipping to London and taking advantage of special contract rates.
- Due to the direct flights from Halifax, Nova Scotia to London, England, Air Canada Cargo is able to provide quicker service for the transportation of live lobster to the U.K. than any other point in Europe and, in fact, quicker than to some of our destinations within Canada.

CANADIAN PARTICIPANTS

- David Shortall, Deputy Director, Fisheries and Fish Products Division, Dept. of External Affairs, Ottawa.
- Paul Delaney, Counsellor, Trade and International Business Development, International Trade Centre, Industry, Science and Technology Canada, Montreal, Quebec.
- Louise Melanson, Seafood Promotion Officer, New Brunswick Dept of Fisheries and Aquaculture.
- Janice Raymond, Market Development Officer, Nova Scotia Dept of Fisheries.
- Janet Gagnon, Trade Officer, New Brunswick Dept of Commerce and Technology.
- James Bliss, Prince Edward Island Development Agency.
- Neilo Cachero, Canadian Association of Fish Exporters (CAFE).
- Patrick O'Malley, Air Canada Cargo, Halifax, Nova Scotia.
- Herman Vyncke, Economic Counsellor, Government of Quebec, London.
- Richard Baker, Commercial Attaché, Government of Quebec, London.
- Ray Vaudrey, Industrial Development Officer Europe, Government of Nova Scotia, London.
- Richard Moore, Aquaria Magnifique (loan of the display tank)

THE FIRST CANADIAN LOBSTER CONFERENCE
CANADA HOUSE, OCTOBER 12th 1989

GUEST LIST

Mr. J. Holmes,
1 Leewood Croft,
Matlock,
Derbyshire. DE2

Ms. Carmen Konopka,
102 Belgrave Road,
Leigh-on-Sea,
Essex. SS9 4SL

Mr. Ibrahim Alghanin,
183b Fleet Road,
Hampshire.

Mr. Ronald E. Bond,
183B Fleet Road,
Hampshire.

Ms. Patty Barron,
236c Finchley Road,
London. NW3

Mr. Ray Abrahams,
25 Middleton Gardens
Gants Hill,
Ilford,
Essex. 1G2 6DS

Mr. M. Maltby,
27 Alfriston Road,
Seaford,
Sussex. BN25 8UP

Ms. Jo Fairley,
30 Mirabel Road
London. SW6

Mr. Willer Sher,
31a Elvaston Mews,
London. SW7

Mr. A. Tovey,
Aberdeen Prime Fish,
73 Netherlands Road,
Oakleigh Park,
Barnet,
Herts. EN5 1BS

Mr. Mike Judkins,
Air Canada,
Cargo Sales Office,
Room No. 2,
Air Canada Cargo,
Shaeloreham Road East,
Cargo Terminal,
Hearthrow. TW6 3RG

Mr. A Bennett,
Anchor Seafoods Ltd.,
Devonshire House,
Handcross,
West Sussex. RH17 6BJ

Mr. E.D. Young,
Anchor Seafoods Ltd.,
Devonshire House,
Handcross,
West Sussex. RH17 6BJ

Mr. Neill,
Anglesey Oysters,
Neillden,
Trearddur Bay
Anglesey

Mr. Malcolm Frazer,
Clerk and Superintendent,
Billingsgate Market,
London E14 8ST

Mr. David Jolly,
Chief Executive,
Billingsgate Market
London E14 8ST

Mr. Chris Leftwich,
Chief Inspector,
Billingsgate Market,
London E14 8ST

Mr. Palmer,
Black Cottage,
Navestock Side,
Brentwood,
Essex.

Mr. Peter Martinelli,
Bluecrest Foods Ltd.,
Ladysmith Road,
Grimsby,
South Humberside. DN32 9TN

Mr. Alex Martinelli,
Bluecrest Foods Ltd.,
Ladysmith Road,
Grimsby,
South Humberside. DN32 9TN

Mr. K. Rawcliffe
Brekkes Foods Ltd.,
Brekkes House,
Fish Dock Road,
Grimsby, DN31 3PF

Mr. Peter Cullen,
Chief Buyer,
British Airways,
Catering Centre South,
Scyllar Road,
Heathrow Airport,
Hounslow,
Middlesex.

Ms. Anne Satchell,
British Hotelier &
Restaurateur,
40 Duke Street,
London W1M 6HR

Mr. A.M. Cook,
C. & A Seafoods,
office 88,
New Billingsgate Market,
London. E14

Mr. Nye,
C.H. Nye Ltd.,
53 Billingsgate Market
London E14.

Mr. D. McDougal,
c/o The Telephone Management
Co., Ltd.,
The City Business Centre,
2 London Wall,
London. EC2M 5PP

Ms. Janice Adamson,
Catering Manager,
Cafe Royal,
68 Regent Street,
London W1.

Mr. G. Bacon,
Canada/Uk Chamber of Commerce,
3 Lower Regent Street,
London SW1.

Mr. J.P. Morris,
Purchasing Manager,
Capital Catering Services
Lts.,
2 & 2a Cranbrook Road,
Chiswick,
London. W4

Mr. Freddie Spence,
Catercall Ltd.,
11 Keswick Road,
Putney,
London. SW15 2HZ

Ms. Lorna Pettipher,
Caterer and Hotel Keeper,
Reed Business Publishing Ltd.,
Quadrant House,
The Quadrant,
Sutton,
Surrey. SM2 5AS

Mr. Steve Dixon,
Dewberry Publication Services
Ltd.,
Morgan Grampian House,
Calderwood Street,
London. SE18 6QH

Mr. C. Champion,
Champion Seafoods Ltd.,
Goodliffe House,
Goodliffe Gardens,
Tilehurst,
Reading.

Mr. Marjan Lesnik
Catering Manager,
Claridges,
Brook Street,
London. W1.

Mr. Nigel Rogers,
Clouston Foods,
924 Oxford Road,
Tilehurst,
Reading,
Berkshire. RG3 6TB

Mr. R. West,
Clouston Foods (Europe) Ltd.,
924 Oxford Road,
Tilehurst,
Reading,
Berks. RG3 6TB

Mr. R.C. Kerrison
Colchester Oysters Fisheries
Ltd.,
North Farm,
East Mersea,
Colchester,
Essex. CO5 8UN

Mr. Simon Collett,
Copes Cuisine,
99-103 Lomond Grove,
London. SE5 7HN

Mr. Mark Kearsley,
Cornish Fresh Fish,
Trelyn Farm,
St. Keverne,
Helston,
Cornwall, TR12 6NZ

Ms. Janet Hunt,
Cornish Fresh Fish,
Trelyn Farm,
St. Keverne,
Helston,
Cornwall, TR12 6NZ

Mr. Brian Turner,
Development Director,
Crown Catering Group,
Crown Centre,
236 London, Road,
Romford,
Essex. RM7 9EL

Ms. Thane Prince,
Daily Telegraph,
25a Lonsdale Square,
London. N1

Ms. Elizabeth Williamson,
Food and Cookery Writer,
Daily Telegraph,
Peterborough Court at South
Quay,
181 Marsh Wall,
London. E14 9SR

Mr. John Eaton,
Dawnfresh Seafoods Ltd.,
North Shore,
Whitehaven,
Cumbria, CA28 7XQ

Mr. David Rowe,
Decanter,
23-27 Tudor Street,
Battersea Park Road,
London EC4 7OHR

Mr. Peter Baker,
Purchasing Manager,
Dobbs International (UK) Ltd.,
Girling Way,
Great South West Road,
Feltham,
Middlesex.

Mr. Diane Farquahar,
Editor,
Eurofish Report,
Agra Europe (London) Ltd.,
25 Frant Road,
Tunbridge Wells,
Kent. TN2 5JT

Ms. Sophie Grigson,
Foods and Cookery Writer,
Evening Standard,
118 Fleet Street,
London. EC4P 4JT

Mr. Derek Lawrence,
Fastnet Fish,
Murray Street,
Grimsby,
South Humberside.

Mr. K. Wharton,
Editor,
Fish Trader,
Retail Journals Ltd.,
Queensway House,
2 Queensway,
Redhill,
Surrey. RH1 1QS

Mr. B.S. Edwards,
Head of Branch
MAFF,
Nobel House,
17 Smith's Square,
London. SW1P 3HX

Mr. Tim Oliver,
Editor,
Fishing News,
AGB Heighway Ltd.,
Cloister Court,
22-26 Farringdon Lane,
London. EC1R 3AU

Mr. B. Little,
Floyds (Fish Merchant),
180 High Street East,
Sunderland. SR1 2J2

Mr. Richard Meadows,
Flying Fish,
Unit 3B,
Devonshire Court,
Heathpark Industrial Estate,
Honiton. EX14 8SB

Mr. Peter Wenham,
Purchasing Manager,
Fortnum and Mason Ltd.,
181 Piccadilly,
London W1.

Mr. Bernard de Villele,
Food and Beverage Manager,
Fours Seasons Inn on the Park
Hotel,
Hamilton Place,
London W1.

Mr. P. Rostand,
Managing Director,
Frigifrance,
Warwick Lodge,
17 Brookley Road,
Brockenhurst,
Hants. SO42 7RR

Mr. R. Thomas,
Fish Buyer,
Gateway,
Gateway House,
Hawkfield Business Park,
Whitchurch Lane,
Bristol. BS16 1TJ

Mr. Goodarzi,
GBD Associates,
348-352 Goswell Road,
London EC1

Ms. Lai Liu
Purchasing Manager,
Graysons Catering Services,
67 St. Helier Avenue,
Mordon.

Mr. R. Spurgeon,
Catering Manager,
Grosvenor House Hotel,
Park Lane,
London W1.

Mr. W. Harkin,
Harkin Seafoods (UK) Ltd.,
9 Fitzroy Place,
Galsgow.

Mr. Nick Ingram,
Henry J. Beam,
195 Kings Road,
London 3W3

Ms. Amanda Walsh,
Home and Garden,
IPC Magazines Ltd.,
Kings Reach Tower,
Stamford Street,
London. SE1 9LS

Mr. G. Bell,
John West Foods Ltd.,
54 Stanley Street,
Liverpool.

Mr. S. Wheeler,
John F. Seyfried Sons Ltd.,
Mickleton,
Chippin Campden,
Gloucestershire. GL55 888

Mr. Fred Stroyan,
Leathams Larder Ltd.,
1 Bethwin Road,
Camberwell,
London. SE5

Guest of
Lathams larder Ltd.,
1 Bethwin Road,
Camberwell,
London. SE5

Mr. Kahill,
Letchmore Lodge Farm,
Plumpton Green,
Nr. Lewis BN7 3GF

Mr. David Little,
Purchasing Manager,
Letheby & Cristopher Ltd.,
The Grand Stand,
Ascot Race Course,
Ascot,
Berks.

Mr. Mauro Melani,
Liberty Restaurant,
Liberty plc,
Regent Street,
London. W1

Ms. Toni M. Lombardi,
Lobsters Ltd.,
Talina Centre,
Unit 25,
Bagley's Lane,
London SW6 2BW

Mr. Anthony Cozzi,
manager,
Lobsters Ltd.,
Talina Centre,
Unit 25,
Bagley's Lane,
London SW6 2BW

Mr. C. Harris,
M. & J. Seafoods,
39-41 Rabans Close,
Aylesbury,
Bucks.

Mr. G. Duke,
MacAllen's Fisheries,
Units 1C,
Cody Business Centre,
Cody Road,
Canning Town,
London E16 4SR

Ms. Angela Megson,
Fish Buyer,
Marks and Spencer Plc.,
Michael House,
Baker Street,
London W1.

Mr. T.J. Evans,
Marr Seafoods Ltd.,
102 Gillot Street,
Hull HU3 4J6

Mrs. Jane Prendergast,
Purchasing Manager,
Mustard Catering,
1 Brixton Road,
London. SW9

Mr. Maurice Talor,
Nor-Sea Foods,
Bridge of Don Industrial
Estate,
Aberdeen. AB2 8EE

Mr. R. Vaudrey,
Nova Scotia House,
14 Pall Mall,
London. SW1Y 5LU

Mr. R. Panter,
Peabody Fine Foods Ltd.,
Peabody House,
Trading Estate,
Addlestone,
Weybridge,
Surrey. KT15 2RP

Mr. Geoffrey Smith,
News Editor,
Press Assn News Features,
85 Fleet Street,
London. EC4

Mr. Richard Baker,
Quebec House,
59 Pall Mall,
London. SW1Y 5JH

Mr. Herman Vyncke,
Quebec House,
59 Pall Mall,
London. SW1Y 5JH

Mr. H. Vyncke,
Quebec House,
59 Pall Mall,
London. SW1Y 5JH

Mr. A.N. Ingleton,
Queen's Moat Houses PLC.,
Queen's Moat House,
St. Edwards Way,
Romford,
Essex. RM1 4DD

Mr. David Ashton,
R. & A. Seafoods,
33 Manor Road,
Wallington,
Surrey. SM6 OBW

Mr. C. Ramus,
Ramus Seafoods,
Ocean House,
Kings Road,
Harrogate,
Yorks. HG1 9XX

Mr. S. Caulfield,
Richmond Storage & Transit Co.
(UK) Ltd.,
Walter Street,
Liverpool, L5 9TB

Mr. Mike Thompson,
Ross Youngs Ltd.,
Ross House,
Wickhman Road,
Grimsby,
South Humberside. DN31 3JP

Mr. R. Sales,
S & W Berisford,
Berisford house,
King Street,
Middlewich,
Cheshire. CW10 9LY

Mr. Walter Pillay,
Purchasing Manager,
S.A.S. Service Partner,
Dick Turpin Way,
Belfont,
London.. TW14 OPQ

Mr. Roy Williams,
Purchasing Manager,
S.A.S. Service Partner,
Dick Turpin Way,
Belfont,
London. TW14 OPQ

Mr. H. Evdokimou,
Sacy Ltd.,
35 Ballards Lane,
Finchley,
London N3 1XW

Mr. N.C. Smith,
Purchasing Manager,
Savoy Hotel PLC,
1 Savoy Hill,
London WC2R OBP

Mr. David Brunt,
Purchasing Manager,
Barclay Hotel.

Mr. John Bertran
Catering Manager,
Scott's Restaurant Plc.,
20 Mount Street,
London W1

Mr. Calas
Soctt's Restaurant Plc.,
20 Mount Street,
London. W1.

Mr. Oliver Giblin,
Sea Products International,
Wholesale market Precinct,
Pershore Street,
Birmingham. B5 6UU

Ms. Ivette Murphy,
Editor,
Seafood International,
agb Heighway Ltd.,
Cloister Court,
22-26 Farringdon Lane,
London EC1R 3AU

Ms. Joyce West,
Editor,
Seafood News,
AGB Heighway,
Cloister Court,
22-26 Farringdon Lane,
London EC1R 3AU

Mr. Don Mayer,
Purchasing Manager,
Selfridges Ltd.,
400 Oxford Street,
London W1A 1AB

Mr. J. Tower,
SFIA,
18 Kempton Park Road,
Cusworth,
Doncaster. DN5 8TO

Ms. Alexandra Camphill,
She Magazine,
72 Broadwich Street,
London W1 V2BP

Mr. P. Ferraro,
Catering Manager,
Skeekey's Restaurant,
28 St., Martins Court,
London WC2

Dr. Eric Edwards,
Shellfish Association of GB,
Fishmonger's Hall,
London Bridge,
London. EC4R 9EL

Mr. R. Taylor,
Smith Fish Ltd.,
Grimsby,
South Humberside.

Mr. D. Cursons,
St. Augustine Marine Farm,
Sweechbridge Road,
Hillborough,
Herne Bay,
Kent.

Ms. Gretel Beer,
Food and Cookery Writer,
Sunday Exoress,
121-128 Fleet Street,
London EC4P 4JT

Mr. Robert Joseph,
Sunday Telegraph,
Peterborough Court at South
Quay,
181 Marsh Wall,
London E14 9SR

Ms. Sheila Keating,
Sunday Express,
Ludgate House,
245 Blackfriars Road,
London SE1

Ms. Sarah Miller,
Sunday Times,
1 Pennington Street,
London. E1 9XW

Ms. Dee Nolan
Sunday Express,
Ludgate House,
245 Blackfriars Road,
London. SE1.

Ms. Caroline Trip,
Purchasing Manager,
Sutcliffe Catering Group Ltd.,
Mulliner House,
Flanders Road,
Turnham Green,
London. W4 1NN

Ms. Lindsey Bareham,
taste Magazine,
Greencoat House,
Francis Street,
London. SW1

Mr. Robin Young,
Wine Editor,
Taste magazine,
Greencoat House,
Francis Street,
London. SW1

Mr. Rory Ross,
Tatler Publishing Co. Ltd.,
Vogue House,
Hanover Square,
London. W1R OAD

Mr. J. Bayliss,
The Food Department Ltd.,
Unit 18,
Ridgewood,
Uckfield,
E. Sussex. TN22 5SX

Mr. Tony Bennett,
The Grocer,
William Reed Ltd.,
5-7 Southwark Street,
London SE1 1RQ

Ms. Jocelyn Dimbleby,
Food and Cookery Writer,
The Sunday Telegraph,
Peterborough Court at South
Quay,
181 marsh Wall,
London. E14 9SR

Ms. leslie Forbes,
Food Editor,
The Correspondent,
21 Clerkenwell Close,
London EC13 0AA

Mr. Andy harris,
Food Editor,
The Correspondant,
21 Clerkenwell Close,
London EC13 0AA

Mr. Paul Levy,
Food and Cookery Writer,
The Observer,
Chelsea Bridge House,
Queenstown Road,
London SW8 4NN

Mr. S. McIlroy,
Chairman,
The Wapping Big Lobster Company,
Ltd.,
F16, Lanterns Court,
Mill Harbour,
London. E. 14.

Ms. Dee McQuillan,
Food and Cookery Writer,
The Independent,
40 City Road,
London. EC1Y 2DB

Mr. Robin Young,
Features,
The Times,
1 Pennington Street,
London E1 9XN

Mr. Quentin Neville,
THF Group Purchasing,
Unit 4,
Humphreys Road,
Woodside Estate,
Dunstable.

Mr. Christopher Watts,
Purchasing Manager,
Thistle Hotels Ltd.,
5 Victoria Road,
London. W8 5RA

Mr. C.N. Tran,
Managing Director,
Transatlantic Seafoods,
5 Hogarth Road/Place,
Earls Court,
London. SW5 0Q7

Mr. H.C. Tran,
Transatlantic Seafoods,
5 Hogarth Road/Place,
Earls Court,
London. SW5 0Q7

Ms. Sally Freeman,
Area Manager,
Trusthouse Fortè Catering
Partnership,
1 Augustine Close,
Blackthorne Road,
Colnbrook,
Bucks. SL3 ODZ

Ms. Jill Cox,
TV Times,
Independent Television
Publications Ltd.,
247 Tottenham Court Road,
London. W1P OAU

Mr. Tim Aubrey,
UB Chilled Foods,
Estate Road No. 1,
South Humberside Industrial
Estate,
Grimsby,
South Humberside, DN31 2TB

Mr. M. Defrates,
UKFFPA,
1 Green Street
Grosvenor Square,
London. W1Y 3RG

Mr. Dennis Staples,
Managing Director,
United Preserves Ltd.,
4-5- Hythe Road,
London. NW10

Mr. Gordon MacKenzie,
Food Purchasing Manager,
Virgin Atlantic,
Masefield House,
Old Brighton Road,
Lowfield Heath,
Crawley,
Sussex.

Mr. Paul Norris,
Cargo Manager,
Wardair Cargo,
Roy Bow Bonds,
C2 Transit Shed,
Cargo Terminal 1,
Gatwick Airport, Gatwick.

Ms. Lucy Knox,
Cookery Editor,
Woman and Home,
IPC Magazines,
Kings Reach Tower,
Stamford Street,
London. SE1

Mr. Groves,
THF Catering,
9th Floor,
Gt West House,
Gt. West Road,
Brentford,
Middlesex. TW8 9DF

Mr. Richard Moore,
Aquaria Magnifique.
20 Buckingham Gardens,
E. Molesey,
Surrey. KT8 9TH

Mr. C.W. Capstick,
Deputy Secretary,
MAFF,
Whitehall Place,
London.

Mrs. A.M. Blackburne,
Head of Fisheries Division
III,
MAFF,
Nobel/Ergon House,
17 Smith Square,
London. SW1P 3HX

Mr. Martin Ibbotson,
MAFF,
Fisheries Division III,
Noebl/Ergon House,
17 Smith Square,
London. SW1P 3HX

APPENDIX 1

LIST OF CONTACTS

Western Europe Trade and Investment Development Division
External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa K1A 0G2

Jennifer Barbarie
Tel: 613-996-5555
Telex: 053-3745
Fax: 613-996-9103

Fisheries Division
External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa K1H 0G2

Francois Laberge
Tel: 613-995-1714
Telex: 053-3745
Fax: 613-995-8384

Canadian High Commission
Macdonald House
1 Grosvenor Square
London W1X 0AB

Janet Farmer
Tel (011-44-1) 629-9492
Fax (011-44-1) 491-3968
Telex (code 51) 261592

VANCOUVER

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Scotia Tower
900-650, rue Georgia ouest
C.P. 11610
Vancouver (Colombie-
Britannique)
VMB 5H8
Télécopieur: (604) 666-8330
Télex: 04-51191

Contact

M. Zen Burianyk
Délégué commercial principal
(604) 666-1438

ALBERTA

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Bureau d'EDMONTON
Canada Place
Pièce 540
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Télécopieur: (403) 495-4507
Télex: 037-2762

Contact

M. Bill Roberts
Délégué commercial principal
(403) 495-4415

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
BUREAU DE CALGARY:
11e étage
510 - 5e rue S.O.
Calgary (Alberta)
T5P 3S2
Télécopieur: (403) 292-4578

Contact

M. Gérald Milot
Délégué commercial principal
(403) 292-6409

SASKATOON

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
6e étage
105-21e rue est
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Télécopieur: (306) 975-5334
Télex: 074-2742

Contact

M. Al McEwen
Délégué commercial principal
(306) 975-4343
M. Ron McLeod
(306) 975-5318

WINNIPEG

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
8e étage
330, avenue Portage
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Télécopieur: (204) 983-2187
Télex: 07-57624

Contact

M. Al Lyons
Délégué commercial principal
(204) 983-4099

TORONTO

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Dominion Public Building
4e étage
1, rue Front ouest
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Télécopieur: (416) 973-8161
Télex: 065-24378

Contact

M. Doug Sirrs
Directeur Général
(416) 973-5050
M. Doug Paterson
Délégué commercial principal
(416) 973-5053

MONTRÉAL

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Tour de la Bourse
800, Carré Victoria
Bureau 3800
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Télécopieur: (514) 283-3302
Télex: 055-60768

Contact

M. Claude Lavoie
Délégué commercial
(514) 283-8791

MONCTON

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Assumption Place
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau Brunswick)
E1C 8P9
Télécopieur: (506) 857-6429
Télex: 014-2200

Contact

M. Guy-André Gélinas
Délégué commercial principal
(506) 857-6440

HALIFAX

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Central Guarantee Trust Building
1801 rue Hollis
C.P. 940, Succursale "M"
Halifax (Nouvelle-Ecosse)
B3J 2V9
Télécopieur: (902) 426-2624
Télex: 019-22525

Contact

M. Doug Rosenthal
Délégué commercial principal
(902) 426-6125

CHARLOTTETOWN

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Confederation Court Mall
134, rue Kent, Pièce 400
C.P. 1115
Charlottetown (Ile-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Télécopieur: (902) 566-7450
Télex: 014-44129

Contact

M. Fraser Dickson
Délégué commercial principal
(902) 566-7443

ST. JOHN'S

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Télécopieur: (709) 772-2373
Télex: 016-4749

Contact

M. Tom Greenwood
Délégué commercial principal
(709) 772-5511

**AUTRES PERSONNES RESSOURCES RESPONSABLES
DU COMMERCE DANS LES TERRITOIRES:
WHITEHORSE**

Pièce 301
108, rue Lambert
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Télécopieur: (403) 668-5003

Contact

M. Larry Bagnell
(403) 668-4655

YELLOWKNIFE

10e étage
Precambrian Building
4922 - 52e rue
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Télécopieur: (403) 873-6228

Contact

M. Jeff Titterington
(403) 920- 8575