



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

## **Comité permanent des pêches et des océans**

---

FOPO • NUMÉRO 078 • 1<sup>re</sup> SESSION • 41<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

**TÉMOIGNAGES**

**Le jeudi 23 mai 2013**

**Président**

**M. Rodney Weston**



## Comité permanent des pêches et des océans

Le jeudi 23 mai 2013

•(1110)

[Traduction]

**Le président (M. Rodney Weston (Saint John, PCC)):** La séance est ouverte.

Avant que nous n'écoutions l'exposé de notre témoin aujourd'hui, nous avons une question de régie interne à régler. J'ai une motion standard dont le texte a été distribué. Quelqu'un voudrait-il la proposer?

Il est proposé par Mme Davidson que le budget de 1 600 \$ proposé pour l'étude de l'industrie de la pêche au homard par le comité soit adopté.

(La motion est adoptée.)

**Le président:** Merci beaucoup.

J'essayais de demander à Georges ce que nous ferions si la motion n'était pas adoptée.

**Des voix:** Oh, oh!

**Le président:** J'aimerais commencer ce matin en souhaitant à notre invité, M. Irvine, la bienvenue à notre comité.

Monsieur Irvine, nous apprécions que vous preniez le temps de venir nous rencontrer, nous présenter un exposé et répondre à des questions des membres du comité. Comme vous pouvez vous en douter, la situation du prix du homard étant ce qu'elle est, les membres du comité ont de nombreuses questions. Nous anticipons avec plaisir une discussion intéressante ici aujourd'hui.

Une fois de plus, merci de votre participation, monsieur Irvine. Je sais que vous avez un exposé. Vous avez fourni une présentation PowerPoint, et je vous en remercie. Comme vous l'a mentionné notre greffier, je crois, nous accordons généralement 10 minutes aux déclarations préliminaires, puis nous passons aux questions.

Le temps alloué aux questions des membres et aux réponses est limité. Dans un esprit d'équité, nous tentons d'entendre le plus grand nombre possible de questions. Je vous prie d'excuser toute interruption éventuelle de ma part aujourd'hui; celle-ci serait faite par souci d'équité afin que tout le monde ait la possibilité de poser autant de questions que possible.

Ceci étant dit, monsieur Irvine, je vous cède la parole. Je vous invite à nous présenter votre exposé.

**M. Geoff Irvine (directeur exécutif, Conseil canadien du homard):** Merci beaucoup, monsieur Weston.

Je m'excuse du fait que je ne parle que l'anglais et, donc, que je présenterai mon exposé en anglais; cependant, si je comprends bien, mes paroles sont traduites.

Je suis ravi d'être ici. Je sais que j'ai peu de temps et je vais donc avancer rapidement. Je vais vous donner un survol sommaire de ce qu'avant le Conseil canadien du homard, ce que nous faisons et notre origine, ainsi qu'un bref aperçu de l'industrie, puis je plongerai

directement dans un certain nombre de diapositives et de graphiques sur le marché, les volumes, la façon dont les prix gonflent, la façon dont les prix sont établis, et ainsi de suite. Allons-y.

Le Conseil du homard a vu le jour il y a trois ans et demi, en réaction à la dernière crise du homard en 2007-2008, quand le dollar canadien devenait de plus en plus fort. C'est probablement le facteur le plus important dans notre industrie. Les prix étaient très bas aussi à l'époque, et c'est pour cela que l'industrie a créé le Conseil du homard. En ce qui concerne notre gouvernance, nous avons deux groupes à peu près égaux, soit des pêcheurs d'une part, et des transformateurs, des expéditeurs en vif et des membres des Premières Nations, d'autre part. Ainsi donc, mon conseil d'administration se compose essentiellement à moitié de pêcheurs et à moitié d'expéditeurs en vif et de transformateurs. Je travaille donc des deux côtés de l'industrie, pour ainsi dire.

Nous recevons un financement des cinq provinces de l'Est, ainsi que d'un certain nombre d'autres sources. À l'occasion, le MPO nous donne de l'argent. Nous avons aussi des recettes de projets. Autrement dit, nous sommes un organisme sans but lucratif type, qui lutte pour sa survie. Nous avons institué des cotisations l'an dernier. Nous avons 55 cotisants actifs, et cela comprend toutes les associations de pêcheurs, toutes les grandes entreprises et un certain nombre de petites.

Au Conseil du homard, nous nous concentrons sur sept domaines. Nous nous sommes constitués, essentiellement, pour promouvoir le homard canadien, mais il se trouve que c'est l'une des choses que nous faisons le moins, malheureusement. À cause du financement — et j'en parlerai plus tard —, nous consacrons beaucoup de temps... Mais en réalité, nous passons beaucoup de temps à faire cela, à utiliser les fonds qui viennent du gouvernement fédéral et des gouvernements provinciaux pour faire diverses choses. Nous consacrons beaucoup de temps à de nombreuses questions importantes d'accès au marché, comme l'écocertification, les problèmes d'élevage du homard en Allemagne, par exemple, et les empêtements de baleine. Nous essayons de faciliter la communication au sein de l'industrie. Nous tentons de transmettre à nos clients des renseignements sur toutes les bonnes choses, et nous gardons à l'interno les questions qui posent un défi. Nous tentons de diffuser dans l'industrie les résultats d'études de marché pour qu'elle dispose de renseignements au sujet des prix et des débarquements.

La qualité marchande est un sujet dont je parlerai plus tard, mais je dirais qu'elle représente un grand défi. La marque, la qualité et les mécanismes d'établissement du prix au quai sont toutes des questions de qualité marchande. Nous menons un grand nombre de projets. Nous travaillons présentement à un projet de traçabilité pour l'industrie du homard, et d'un projet d'automatisation dans cinq usines de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick. Nous consacrons beaucoup de temps à travailler avec les gouvernements, tant au niveau provincial qu'au niveau fédéral, ainsi qu'avec les médias.

Je vais décrire le secteur. La plupart d'entre vous le connaissent, et je serai donc bref dans ma revue. Le secteur compte 9 500 pêcheurs propriétaires-exploitants indépendants, ainsi que plus ou moins 60 expéditeurs en vif dont 99 p. 100 du volume passe par 60 entreprises dans 5 provinces. Il y a des centaines de négociants à terre, des centaines de camionneurs, des conditionneurs et environ 25 000 membres d'équipage. Le secteur a vendu plus de 1 milliard de dollars à l'exportation l'an dernier; autrement dit, le homard représente 25 p. 100 de nos 4 milliards de dollars de fruits de mer, ce qui est significatif.

J'ai créé quelques diapositives pour vous montrer nos produits. Le homard vivant, bien sûr, représente environ 40 p. 100 du milliard de dollars, donc environ 400 millions de dollars à l'exportation. Les queues de homard sont un produit important, provenant essentiellement du Nouveau-Brunswick, mais aussi de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Nouvelle-Écosse et du Québec. La chair de homard — si vous produisez des queues, vous produisez aussi de la chair — est devenue un produit important: congelée, pasteurisée et fraîche, elle représente des millions de dollars. Il y a aussi les homards-glaçons, un produit traditionnel de petits homards cuits et emballés dans de l'eau salée. C'est un produit de vente au détail très prisé en Europe. Les homards entiers cuits sont généralement de petits homards qui sont vendus dans les casinos, les paquebots de croisière et en Europe; c'est aussi un produit très important en Extrême-Orient.

Il y a ensuite le nouveau homard à ultra-haute pression. À l'heure actuelle, le secteur compte trois machines qui le produisent, une dans chacune des trois provinces maritimes. C'est un produit cru de très grande valeur pour lequel on utilise une machine à haute pression pour extraire la chair. C'est un nouveau produit très fascinant. Bien sûr, il y a aussi un grand nombre de produits spéciaux: les pinces, les queues et la chair vendues au détail, ainsi que les choses comme le caviar et l'huile de homard. Les produits de chair sont nombreux.

• (1115)

Passons maintenant à la valeur à l'exportation. Cette diapositive n'est pas à jour, mais elle représente bien les tendances d'année en année. Si on remontait 15 ans plus tôt, ces tendances seraient les mêmes. Les États-Unis sont notre plus gros client, 10 fois, 20 fois plus gros que les autres. Une certaine partie de ce volume est réexportée à partir des aéroports américains Logan et JFK, et une autre partie est vendue là-bas, congelée. Mais les États-Unis sont le premier port d'exportation. Vous pouvez voir qu'après eux, viennent la Chine et le Japon, puis les nombres chutent très rapidement jusqu'à l'Italie avec 4 et 5 millions de dollars par année.

Il est important aussi d'examiner les choses par province. Le Nouveau-Brunswick est, de loin, le plus grand producteur de homard, avec près d'un demi-milliard de dollars l'an dernier, essentiellement des queues transformées, de la chair et des homards cuits entiers, ainsi que des homards-glaçons. La Nouvelle-Écosse le suit de près, mais principalement avec des homards vivants. Le secteur des homards vivants se concentre essentiellement en

Nouvelle-Écosse. Terre-Neuve, Québec, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick sont généralement des lieux de transformation. L'Île-du-Prince-Édouard vient en troisième rang avec 134 millions de dollars l'an dernier, principalement du produit transformé. Le Québec se maintient à 75, 80 millions de dollars de produits principalement transformés, mais aussi de homard vivant. Il y a aussi un secteur de transformation en croissance à Gaspé. Terre-Neuve est une région où le homard est principalement pêché, puis vendu aux Maritimes en vue de sa revente; par conséquent, très peu d'exportation lui est créditée, parce que la province exporte elle-même très peu. Comme vous pouvez le voir, le total s'élevait à 1 milliard de dollars l'an dernier, 1 milliard l'année précédente et, avant cela, 800 millions de dollars à cause de la valeur nette, à cause de la récession.

Les débarquements représentent la véritable histoire de notre industrie. Regardez un peu les chiffres partant de 2000 — le Canada est en rouge, et les États-Unis en bleu — par tranches de cinq ans. Si on poursuit jusqu'à l'an dernier — et je n'ai pas ces chiffres —, le Canada a une augmentation de débarquements de 46 p. 100 par rapport à l'an 2000, et nos amis du Maine, une augmentation de 50 p. 100. Il y a donc eu une augmentation radicale des débarquements. Voici les chiffres du Maine. Les 60 dernières années, cet État a maintenu sa production jusqu'en 1994, puis il a grimpé à 122 millions de livres l'an dernier. Cette augmentation a eu d'énormes répercussions sur nous.

Dans cette diapositive, vous pouvez voir l'incidence de cette offre sur le prix. Le rouge indique que nous avons deux pointes d'offre, mai et novembre, chaque année. Cette diapositive porte sur la période de 2007 à 2009, ce qui date donc un peu, mais après cela, ce serait tout simplement plus élevé. Le Maine est indiqué en bleu. Vous pouvez constater que la saison du Maine ressemble à notre saison, ce qui explique pourquoi nous avons un secteur de la transformation tellement florissant. Les transformateurs peuvent acheter leur matière première au Maine quand ils ne peuvent pas se la procurer des flottes canadiennes, pour augmenter leurs volumes annuels, mais notez la tendance à la baisse des prix au fur et à mesure que l'offre augmente.

Il est vraiment important de mettre la situation canadienne en contexte. Cette diapositive a été produite en 2007 par Findus, une société scandinave, montrant la chaîne de valeur mondiale des poissons et fruits de mer et où se situe l'argent — où la valeur est acquise et demeure dans l'industrie. Si l'on transpose cela au homard, je dirais que ce serait très semblable. Les gens qui pêchent et cultivent le produit conservent environ un tiers de la valeur, et la transformation primaire, la transformation secondaire et les distributeurs les deux tiers qui restent. C'est ainsi que la distribution des aliments fonctionne, qu'on le veuille ou pas.

Voyons maintenant comment se fait le partage de la valeur. Ce sont des renseignements que je vous ai envoyés et qui proviennent de la Stratégie axée sur la valeur à long terme, qui a été publiée en 2010 et a été essentiellement notre cadre de travail les trois dernières années. L'information a été mise à jour en 2011 et démontre que dans le secteur du homard vivant, année après année, le secteur de la pêche reçoit chaque année 70 à 80 p. 100 du prix à l'exportation américain. Je crois bien que je vous ai aussi envoyé les données qui confirment que le pêcheur conserve en moyenne 79 p. 100 du prix à l'exportation américain.

Dans cette diapositive, on peut voir comment un prix au quai de 4 \$ devient un prix au détail de 9 \$, et il est important que vous examiniez cela attentivement, car c'est ainsi que le prix de la plupart des produits augmente sur le marché. Ceci est fondé sur un prix au quai de 4 \$, et vous pouvez voir que l'acheteur au quai perçoit jusqu'à 50 ¢ pour la prestation de ce service. L'expéditeur a sa marge, le distributeur a sa marge, puis le détaillant a une marge type de vente au détail. J'ai vu ce matin chez Lapointe des homards à 9,99 \$. L'augmentation graduelle à 9,99 \$ se produit même ici à Ottawa.

Du côté de la transformation, c'est beaucoup plus compliqué à cause du rendement. Lorsqu'on transforme un homard, on le partage en chair retirée de la carcasse, en queues. Le transformateur ne vend pas le homard entier à moins qu'il n'offre un produit entier. Dans ce graphique, on peut voir le partage des recettes chaque année entre 1998 et l'an dernier, d'après un facteur de rendement de 37 p. 100, ce qui n'est pas tout à fait exact, mais c'est le facteur que nous choisissons d'utiliser. Les variations sont plus marquées dans le secteur de la transformation. La production varie d'une année à l'autre. Si la chair n'est pas entièrement retirée durant le traitement, le rendement peut varier considérablement.

• (1120)

Le revenu unitaire du distributeur est constant, parce qu'il doit l'être. Si les distributeurs — et j'en étais un — ne peuvent pas réaliser leur marge sur les homards, ils vendront quelque chose d'autre. Ils vendront des crabes, des poulets ou n'importe quoi d'autre; par conséquent, la marge du distributeur est constante. La marge du transformateur, comme vous pouvez le voir, varie. Il y a de bonnes années, et il y a de mauvaises années. Malheureusement, le pêcheur est celui qui subit les conséquences d'un marché à la baisse, comme vous pouvez le voir dans cette diapositive.

La façon dont le prix augmente pour les produits transformés, là encore, est un sujet complexe à cause du rendement, mais vous pouvez voir comment un prix au quai de 3 ou 4 \$ devient 16 \$ pour la chair. C'est simplement en raison du facteur de rendement. La quantité de chair que l'on retire du homard ne représente que 30 à 40 p. 100; vous avez donc une perte de rendement, puis la commission de l'acheteur, les coûts fixes, les coûts variables et vous pouvez voir la marge brute du distributeur.

En fouillant dans les prix au quai, j'ai examiné les prix de l'an dernier pour essayer de déterminer un peu comment ils varient d'une région du MPO à l'autre. Dans la région du Golfe, le prix moyen l'an dernier était de 4,05 \$, dans la région maritime, 4,32 \$; au Québec, 4,58 \$; à Terre-Neuve, 4,13 \$ et au Maine, 2,68 \$, ce dernier étant véritablement meurtrier. Le prix au Maine est, en réalité, ce qui a précipité la crise l'an dernier, et je parlerai volontiers de cela plus tard.

Dans la répartition du Golfe, parce qu'un grand nombre des problèmes aujourd'hui sont dans le Golfe, parce que cette pêche est forte, vous pouvez voir dans chaque ZPH... J'ai essayé de faire une ventilation des provinces par couleurs. J'ai choisi des couleurs au hasard, et j'ai choisi le bleu pour la ZPH 25 parce qu'elle est en automne. Mais vous voyez la différence avec les pêches du printemps, les 23, 24, 26 et 27. L'an dernier, il y a eu certaines différences, mais pas très marquées. Le prix du Nouveau-Brunswick est assez bas, mais il y a souvent un complément à la fin de la saison.

C'est une autre chose à prendre en compte lorsque vous entendez parler des prix au quai. Il y a toutes sortes de facteurs que nous-mêmes ne comprenons pas qui entrent en jeu. Il y a généralement les bonis payés et les suppléments versés pour diverses raisons, sans aucune logique parfois, mais cela se produit tout le temps. Ainsi

donc, quand vous voyez les chiffres officiels, vous devez vous souvenir qu'ils ne sont pas toujours tout à fait précis.

J'ai fourni quelques données sur les pêcheurs et leur revenu net, car, en réalité, c'est ce dont nous parlons ici aujourd'hui. Ce graphique se présente par ZPH — au bas, les zones de pêche du homard. Vous voyez qu'en 2004, la plupart des flottes de pêche étaient en bonne santé et certaines en très bonne santé. Puis, la récession a frappé, le dollar canadien est devenu plus fort et nos débarquements se sont écroulés. Les chiffres de 2009, qui n'ont pas été produits par le MPO mais ont été extrapolés pour cette étude, montrent que la plupart des flottes perdaient de l'argent à ce moment-là.

Et que faisons-nous à ce sujet? J'ai quelques diapositives à montrer rapidement. Au Conseil du homard, nous nous concentrons sur l'exécution de notre plan. J'en parlerai plus tard, mais la Stratégie axée sur la valeur à long terme nous a donné d'excellentes recommandations. Ensuite, l'an dernier, nous avons tenu des groupes de travail qui ont produit un plan, que vous avez aussi, avec une stratégie de mise en oeuvre de 26 points.

Nous avons choisi, cette année, de travailler à deux stratégies importantes. Une de ces stratégies est la création de la marque Homard canadien. Une marque précise que nous pouvons tous appuyer et qui peut nous représenter. En Chine, notre plus gros nouveau marché, le homard est principalement vendu en tant que homard de Boston, ce qui est absolument aberrant. C'est un homard canadien, dans la plupart des cas, un homard canadien, mais ils utilisent l'appellation générique de homard de Boston. Nous devons créer une marque que nous pourrions défendre.

L'autre stratégie consiste à établir un système de classement de qualité au premier point de vente, qui récompense les pêcheurs, qui garantisse une meilleure qualité à l'échelle du marché, et qui nous permette de défendre notre marque. Ce sont là nos deux principaux projets pour cette année.

La dernière diapositive montre comment le gouvernement fédéral peut nous aider. Nous avons besoin d'aide pour nous aider nous-mêmes. Nous avons besoin d'un système de prélèvements. Nous avons besoin d'une façon d'aider notre industrie, de lever des fonds pour la commercialisation et la promotion. Nous ne savons pas si nous pouvons le faire à l'échelle fédérale, ou si nous pouvons le faire à l'échelle provinciale, mais il nous faut trouver un moyen de nous imposer des prélèvements. Nous savons que l'industrie est, en majeure partie, favorable aux prélèvements.

Quand nous avons proposé 1 ¢ la livre, il y a deux ou trois ans, la plupart des gens ont appuyé la notion de 1 ¢ la livre, ce qui serait un demi-cent de la part des pêcheurs, et un demi-cent du côté des ventes. Un tel prélèvement nous produirait un million de dollars par année pour ces activités. Nous apprécions les fonds de commercialisation et de promotion qui nous sont alloués par le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et d'autres sources. C'est excellent. C'est génial à court terme. Nous avons certains marchés qui pourraient certainement bénéficier d'un coup de pouce, l'Extrême-Orient en particulier.

•(1125)

Un accord de libre-échange serait fantastique pour le secteur du homard. Ce serait fantastique pour le secteur du homard si les tarifs qui ont été annoncés se réalisent effectivement. Le programme La Marque Canada d'AAC est un programme fantastique pour le homard, pour tous les poissons et fruits de mer. Nous faisons du très bon travail avec AAC. Nous avons besoin d'appui pour les questions de qualité marchande les plus problématiques, comme la marque et le classement de qualité, parce qu'elles sont complexes et les questions de prix au quai sont difficiles.

Je demanderais également que nous n'oublions pas ce que nous avons appris aujourd'hui, parce que c'est ce que nous faisons depuis trois ans et demi. Nous savons assez bien ce que nous devons faire, mais nous avons besoin que tout le monde pousse dans le même sens; il ne nous faut donc pas oublier ce que tous ces rapports nous ont déjà appris.

Merci. J'espère que mon temps était bon.

**Le président:** Il était très bon. Merci beaucoup, monsieur Irvine.

Nous commencerons par M. Woodworth.

**M. Stephen Woodworth (Kitchener-Centre, PCC):** Merci beaucoup, monsieur le président, et merci monsieur Irvine.

J'avoue que le sujet est difficile pour moi, car il n'y a pas de homard dans ma région d'origine, et je n'ai aucune idée préconçue à ce sujet. Je veux simplement comprendre de quoi il s'agit.

Je commencerai par la question des prélèvements. Si je comprends bien, le Conseil du homard est constitué et appuyé par les gouvernements provinciaux. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** Oui. Au cours des deux premières années, le MPO en a fait partie, mais les deux dernières années, la participation a été provinciale.

**M. Stephen Woodworth:** Et si je comprends bien, les questions de commercialisation et, essentiellement, tout ce qui se produit dès que le homard arrive au quai tombent sous l'autorité provinciale. Ai-je raison?

**M. Geoff Irvine:** C'est exact.

**M. Stephen Woodworth:** Très bien. Ainsi donc, si nous parlons d'imposer un prélèvement aux transformateurs et aux pêcheurs, je pense que tout ce que le gouvernement fédéral pourrait faire serait d'encourager les provinces à aller de l'avant. Suis-je sur la bonne voie?

**M. Geoff Irvine:** Essentiellement, vous avez raison, sauf que c'est le gouvernement fédéral qui régit les pêcheurs. Il y a donc là la possibilité, si les pêcheurs sont d'accord, de trouver un mécanisme pour faire payer les pêcheurs par le truchement des droits de permis.

•(1130)

**M. Stephen Woodworth:** Donc, le gouvernement fédéral régit les pêcheurs seulement, et non pas les transformateurs, les distributeurs et toutes les autres personnes qui font partie de la chaîne. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** C'est exact. Nous devons imposer les prélèvements aux acheteurs par le truchement des provinces.

**M. Stephen Woodworth:** Très bien.

Ma deuxième question porte sur la rétroaction que vous obtenez des pêcheurs — les personnes qui sortent les homards de l'eau.

Ces personnes font partie de votre agence, comme le font les transformateurs et les autres gens participant à la chaîne. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** C'est exact.

**M. Stephen Woodworth:** Les pêcheurs ont-ils un apport au sujet de la situation actuelle et de la façon d'y faire face?

**M. Geoff Irvine:** Oh, absolument.

**M. Stephen Woodworth:** Bon; par conséquent, quand vous nous faites une recommandation, nous pouvons être certains que vous parlez au nom des pêcheurs?

**M. Geoff Irvine:** Tout à fait.

**M. Stephen Woodworth:** Je suppose donc qu'ils appuient le plan à deux volets que vous avez mentionné. Élaborer un système de classement de qualité et une stratégie de marque canadienne seraient donc de la plus haute priorité tant pour eux que pour tous les autres membres de votre association. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** Oui.

**M. Stephen Woodworth:** Bon.

L'autre question que je voudrais vous poser porte sur une chose que j'avais trouvée plutôt intrigante, même avant que vous la mentionniez, la question du prix du homard du Maine à 2,68 \$ en 2012. J'ai été encore plus interpellé quand vous avez dit qu'il a précipité l'effondrement. Je dois éclaircir un peu ma pensée là-dessus. Je crois comprendre que le prix que les pêcheurs obtiennent pour leur produit sur le marché a baissé. Est-ce ce que vous voulez dire quand vous parlez d'un effondrement? Est-ce l'effondrement dont vous parlez?

**M. Geoff Irvine:** Oui, la situation du Maine a précipité la crise de la ZPH 25 en août, septembre et octobre.

**M. Stephen Woodworth:** Bon.

Que voulez-vous dire par ZPH 25?

**M. Geoff Irvine:** Désolé, la zone de pêche du homard 25 est la seule zone de pêche active actuellement dans le Golfe. Les homards à carapace molle venant sur le marché plus tôt que jamais ont influencé considérablement le prix au quai au Canada.

**M. Stephen Woodworth:** D'accord.

Pourquoi obtenaient-ils un prix si bas — 2,68 \$ — quand les Canadiens obtenaient plus de 4 \$?

**M. Geoff Irvine:** Eh bien, les Canadiens qui pêchaient pendant la période où le Maine était à son plus haut niveau n'obtenaient pas 4 \$. Ils obtenaient bien moins.

**M. Stephen Woodworth:** Cet effondrement s'est-il étendu? Vous avez mentionné que le Maine l'a précipité, mais qu'en est-il actuellement?

**M. Geoff Irvine:** Eh bien, il faut examiner les choses sur une période de 12 mois. Je vais vous l'expliquer, si vous voulez...

**M. Stephen Woodworth:** Je vous en prie...

**M. Geoff Irvine:** ... parce que c'est extrêmement important.

Toute la situation actuelle a débuté il y a 12 mois. Au printemps dernier, tout le monde s'inquiétait que les prix payés aux pêcheurs étaient trop élevés. Les pêcheurs ne le pensaient pas; ils en étaient contents. Les vendeurs, les transformateurs et les expéditeurs se sont rendu compte en juin qu'ils avaient payé bien trop le printemps précédent, parce qu'ils ont vu l'entrée en force sur le marché du produit du Maine.

Au Boston Seafood Show l'an dernier, en mars, il y avait déjà des rumeurs au sujet de la venue précoce du produit du Maine. À la fin juin, quand toutes les saisons du printemps étaient terminées et quand tous les transformateurs avaient acheté tous les homards canadiens, le produit du Maine est arrivé plus tôt que jamais, et à des prix très bas, parce que les débarquements étaient très nombreux au Maine.

Cela a signifié que la saison de la ZPH 25, qui débute à la mi-août, commençait au milieu d'un marché en effondrement. Tous les transformateurs qui s'étaient fondés sur des prix au quai de 4,50 \$ et 5 \$ le printemps dernier ont grandement souffert.

Ensuite, en automne, quand les gars de Southwest Nova ont commencé, les prix là-bas, si vous vous en souvenez, étaient eux aussi très bas. La situation actuelle est la suite de cela. Il y avait au début du printemps des stocks qui restaient du printemps précédent. Les transformateurs avaient déterminé qu'ils n'allaient pas se faire attraper de nouveau; voilà pourquoi les prix sont bas aujourd'hui.

**M. Stephen Woodworth:** Sans pousser cela trop loin, je dirais que cela me semble être une situation circonstancielle qui pourrait peut-être se rectifier d'elle-même d'ici à ce que l'automne arrive. Est-ce une possibilité?

**M. Geoff Irvine:** On l'espère.

Ces choses s'arrangent toujours d'elles-mêmes. Une année les gens paient trop, une autre les gens ne paient pas assez. Ça monte et ça descend, mais en général, les choses se rétablissent d'elles-mêmes. Nous venons de passer par 12 mois de marché difficile.

La chose à retenir au sujet de cette industrie est qu'elle a un marché du produit vivant, et un marché du produit transformé. Tout au long de cette période, le marché du homard vivant est demeuré, en général, assez stable. Comme nous l'avons vu ce printemps, les gens qui alimentaient le marché du homard vivant obtenaient 4,50 \$ la livre, et les gens qui alimentaient le marché du homard transformé obtenaient 3,50 \$ la livre. Ce sont deux marchés totalement différents, ce qu'il ne faut pas oublier.

Le marché du homard vivant a été assez stable. En fait, le produit destiné au marché du homard vivant a été très rare cet hiver, ce qui explique pourquoi il a atteint 10 \$ la livre en mars. Les prix au quai étaient fous cet hiver, parce que nous avons en effet eu un hiver et qu'il n'y avait pas de homard.

• (1135)

**M. Stephen Woodworth:** J'aimerais glisser une dernière question.

**Le président:** Monsieur Woodworth, je dois vous interrompre. Votre temps est écoulé.

**M. Stephen Woodworth:** Je n'ai plus de temps; je devrai donc essayer plus tard, peut-être.

Merci beaucoup, monsieur.

**Le président:** Merci.

Monsieur Toone.

**M. Philip Toone (Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine, NPD):** Désolé, monsieur Woodworth. Nous n'avons pas beaucoup de temps pour nos questions.

Je poursuivrai peut-être ce que vous avez commencé.

Y a-t-il une différence entre le homard du printemps et le homard de l'automne? Vous avez dit qu'une des choses qu'il nous faut est un programme de classement de qualité. Ces deux produits sont-ils de qualité différente?

**M. Geoff Irvine:** Absolument.

La qualité varie entre chaque zone et entre chaque région. Un homard n'est pas comme un autre homard. Il varie d'un endroit à l'autre.

**M. Philip Toone:** Merci.

Peut-on supposer que le produit pêché à l'automne est d'une qualité moindre que celui pêché au printemps?

**M. Geoff Irvine:** Cela dépend du moment exact. Cela dépend du moment où le homard s'est remis de sa mue.

Les biologistes étudient cela tout le temps, tout comme nous le faisons. Mais dans la plupart des régions du Canada, le homard ne s'est pas encore entièrement rétabli à l'automne. Toute autre saison que l'automne peut avoir un grand pourcentage de crabes à carapace molle ou produisant peu de chair. En général, dans toutes les ZPH, le homard du printemps est de qualité supérieure. Mais il y a quand même des différences de qualité, même au printemps. Les fournisseurs, les transformateurs et les expéditeurs le savent très bien, et c'est en fonction de cela qu'ils établissent le prix. Voilà pourquoi vous pouvez voir des prix différents à l'échelle de l'industrie.

**M. Philip Toone:** Quand vous dites que vous ne pouvez pas expédier tous les homards en Chine ou en Europe, voulez-vous dire que vous pouvez quand même les envoyer aux États-Unis?

**M. Geoff Irvine:** Je parle de l'industrie du homard. Dans ce secteur, seule la meilleure qualité possible peut être envoyée par air à Osaka ou à Shanghai.

**M. Philip Toone:** Je remarque dans votre graphique que les autres régions, autres que les États-Unis, montrent une croissance rapide, surtout l'Asie. Le MPO vous a-t-il aidé à commercialiser votre produit outre-mer et, le cas échéant, quel a été le résultat?

**M. Geoff Irvine:** Eh bien, le MPO ne fait plus de commercialisation. C'est Agriculture Canada qui gère le dossier de la commercialisation.

Oui, il y a eu une augmentation marquée en Chine. Voici ce qu'il en est. En 2008, nous avons vendu un ou deux millions de dollars de homard à la Chine et, l'an dernier, les ventes s'élevaient à 60 millions de dollars. En cinq ans, la Chine est devenue une destination très attrayante. Mais 90 p. 100 du marché chinois est pour le homard vivant; c'est donc le meilleur homard qui doit être expédié en Chine. Le secteur de la transformation a une assez bonne croissance, mais...

La plupart des fonds de commercialisation proviennent des provinces et des sociétés qui font la commercialisation.

**M. Philip Toone:** Alors, qu'est-ce qu'un homard de qualité supérieure? J'entends souvent dire que la taille de la carapace est une indication de la qualité du homard.

**M. Geoff Irvine:** Non. Elle n'a vraiment rien à voir avec la qualité.

**M. Philip Toone:** Quelle est la différence entre les différentes tailles? J'entends souvent parler de plus petits homards, d'une carapace inférieure à 80 millimètres, par exemple, et de homards d'une carapace de 82 à 83 millimètres aux Îles-de-la-Madeleine, par exemple, ce qui semble être de meilleure qualité.

Quelle importance a la taille?

**M. Geoff Irvine:** Aucune.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Geoff Irvine:** En quelques mots, elle n'a aucune importance. Chez le homard, elle importe peu. Les homards de conserverie peuvent être très beaux. Les géants peuvent être très beaux. Les gros homards peuvent être très beaux. Cela n'a rien à voir avec la taille.

Il s'agit plutôt de la mesure dans laquelle le homard s'est rétabli après la mue. C'est aussi simple que cela. Un homard peut être excellent s'il s'est rétabli de sa mue. Si vous le retirez de l'océan quand il est pleinement rétabli, il sera excellent. Sinon, vous ne pourrez pas faire certaines choses avec ce homard.

**M. Philip Toone:** Sans vouloir pousser la question trop loin, pourquoi alors y a-t-il cette fascination au sujet de la taille?

**M. Geoff Irvine:** Eh bien, la taille compte sur le marché. Par exemple, vous ne pouvez pas envoyer aux États-Unis un homard inférieur à trois pouces et quart. Il doit être transformé, puis il peut être vendu aux États-Unis. Dans certains marchés, les géants sont prisés. C'est le cas en Chine. Les Chinois aiment beaucoup les gros homards. Ils les mangent comme de la dinde. La valeur des géants a augmenté récemment, si ce sont des géants de qualité supérieure, pour le marché chinois.

• (1140)

**M. Philip Toone:** En regardant vos graphiques, je constate que les zones qui visent les plus gros homards, ceux qui n'ont pas à être transformés, ceux qui sont vendus vivants, réalisent des meilleurs prix. Y a-t-il une raison pour laquelle nous voudrions continuer à encourager la récolte des homards de plus petite taille. Les homards de plus grande taille ne représentent-ils pas l'avenir?

**M. Geoff Irvine:** Je crois que les deux sont valables. Nous avons d'excellents marchés pour les plus petits homards. Nous avons d'excellents marchés pour les gros homards. Il y a des marchés pour les homards de toutes tailles. Ce n'est pas la taille qui compte dans ce cas.

**M. Philip Toone:** Mais, une fois de plus, si je regarde vos graphiques, je constate qu'ils commandent un prix bien moins élevé, et toute la crise porte sur le prix. L'opinion que j'entends des pêcheurs dans ma région est que si nous vendons le produit vivant, l'industrie a un avenir bien plus solide que si nous vendons le produit transformé. Le produit transformé semble être très apprécié aux États-Unis, où le marché s'est effondré, essentiellement, lors de leur dernière crise économique.

L'avenir semble être en Asie, et en Asie, c'est le homard vivant qui est prisé. N'est-ce pas là l'avenir de l'industrie, ou voulons-nous continuer à être liés aux États-Unis et aux variations que cela a causées sur le marché?

**M. Geoff Irvine:** Eh bien, c'est une excellente question. Je n'ai pas la réponse, à part le fait que nous avons besoin des deux pour l'instant. Nous avons des volumes tellement élevés. Nous avons besoin de tous les différents marchés. N'oubliez pas que dans certaines parties du Golfe, les prises de homard de plus petite taille sont assez élevées. Les petits homards sont importants pour ces zones.

Vous avez raison. La façon dont le marché se présente actuellement est un défi, mais je ne pense pas que les choses changeront de sitôt. Au fur et à mesure que le secteur de la transformation croît — et c'est une énorme zone de croissance — je crois que nous pourrions vendre tous les homards que nous pêchons.

**M. Philip Toone:** Revenons alors au homard de l'automne. Il est possible que nous vendions le produit, mais le fait que le prix en automne est si bas est un problème. Que peut-on faire pour améliorer la situation?

**M. Geoff Irvine:** Il y a actuellement un comité biprovincial qui étudie la question. Le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard partagent la ZPH 25, et un peu la Nouvelle-Écosse. Excusez-moi, c'est un comité triprovincial qui étudie la question. Il essaie de déterminer comment faire face aux problèmes dans la ZPH 25. Nous n'y participons pas directement. Le problème dans cette zone concerne les pêcheurs et les transformateurs.

Beaucoup de choses sont débattues, notamment changer la saison. Ils pensent avancer ou reculer la saison d'une semaine ou deux. Les options sont nombreuses, mais nous ne participons pas directement à ce débat.

**M. Philip Toone:** La question de la saison est intéressante. Mon temps est-il écoulé? Je soulèverai ce point dans une autre question. Merci.

**Le président:** Merci beaucoup. Madame Davidson.

**Mme Patricia Davidson (Sarnia—Lambton, PCC):** Merci, monsieur le président. Merci beaucoup, monsieur Irvine, d'être des nôtres ce matin. Cette discussion est très intéressante. J'ai été interpellée par vos commentaires à l'effet que le marché du homard vivant est resté stable, alors que le marché du homard transformé est faible. C'est là que se situent la plupart des problèmes.

Vous avez dit dans votre exposé que vous consacrez peu de temps à promouvoir le homard canadien, mais beaucoup de temps aux problèmes d'accès au marché. Je me demande pourquoi.

Quand vous avez parlé de vos stratégies à long terme, vous avez mentionné la création d'un système de classement de qualité et la stratégie du homard canadien. Le conseil travaille-t-il à l'écocertification? Cet aspect fait-il partie de la marque et de ce que vous faites pour améliorer le marché de la transformation? Qu'advient-il de la question de l'écocertification? Les provinces participent-elles à cet aspect? Quelle est leur position si, de fait, vous y travaillez? Pouvez-vous nous parler un peu de cela?

**M. Geoff Irvine:** Bien sûr. Je répondrai d'abord à votre première question. Nous avons réussi à accomplir plusieurs choses grâce à nos activités de promotion. Je ne l'ai pas très bien expliqué. Nous avons beaucoup travaillé avec des chefs aux États-Unis et des journalistes gastronomiques, mais notre problème est le manque de fonds, ce qui explique pourquoi nous avons besoin d'un mécanisme de prélèvements. Nous n'avons pas l'argent qui nous permettrait de procéder à des activités de promotion systématique.

Nous le savons aussi d'après la Stratégie axée sur la valeur à long terme. Cet ouvrage important nous dit que la commercialisation est la deuxième chose à laquelle nous devons travailler, après avoir réglé les problèmes de qualité marchande. Nous suivons notre plan et nous concentrons sur les questions de qualité marchande qui y sont indiquées: établissement du prix au quai, établissement de la marque et classement de qualité. Nous nous concentrons sur cela d'abord comme fondation d'une commercialisation réussie. La plupart des spécialistes de la commercialisation et de la marque vous diront qu'il est inutile de s'avancer avec une marque et une stratégie de commercialisation que vos produits ne peuvent appuyer. C'est là le contexte.



L'écocertification a été un point à l'ordre du jour de chacune de nos réunions au cours des trois dernières années et demie. L'écocertification a été une des raisons pour lesquelles le conseil a été créé. Je suis heureux de vous dire que nous sommes très sérieux à ce sujet maintenant que le Maine a obtenu sa certification, il y a environ trois mois. Nous n'étions pas animés de l'élan nécessaire, mais nous le sommes maintenant. Presque toutes les zones ont entrepris la procédure de certification auprès du Marine Stewardship Council.

Aux Îles-de-la-Madeleine, la ZPH 22 est sur le point d'être certifiée, ce qui en fera la première zone côtière de pêche canadienne à obtenir sa certification. Notre zone extracôtière est déjà certifiée; Clearwater est propriétaire de tout cela. Le permis de pêche de huit jours est en vigueur, la certification est donc là. Nous sommes prêts. Je m'attends à ce que d'ici 12 à 15 mois nous ayons une des principales zones certifiées également.

• (1145)

**Mme Patricia Davidson:** Une fois que tout cela sera arrivé, et il semble que vous ayez fait un bon bout chemin dans ce sens, dans quelle mesure cette certification aidera-elle le produit canadien sur le marché mondial? Est-elle extrêmement importante pour les régions à nouveaux débouchés, ou allez-vous en voir l'incidence partout?

**M. Geoff Irvine:** Aujourd'hui, cela fait partie intégrante des affaires. L'écocertification ne nous fera pas obtenir de meilleurs prix — elle pourrait —, mais elle ne nous nuira pas. Elle est devenue une sorte de condition d'accès au marché européen. Si nous voulons vendre à certains pays européens, nous devons avoir la certification. C'est devenu de plus en plus important en Asie et en Amérique du Nord. Nous disons aux intervenants que c'est le prix à payer pour oeuvrer dans le monde des fruits de mer aujourd'hui. Une tierce partie doit certifier que vos pêches sont durables.

Oui, les provinces aident au financement, ainsi que l'industrie.

**Mme Patricia Davidson:** Toutes les provinces ont-elles participé?

**M. Geoff Irvine:** Je ne dirais pas toutes. Elles ont toutes participé à l'une ou l'autre des activités, que ce soit la préévaluation ou la pleine évaluation, ou elles s'apprentent à participer. Les choses bougent beaucoup maintenant, beaucoup d'activités sont en cours présentement.

**Mme Patricia Davidson:** J'essaie de comprendre votre dépendance du marché américain. Nous avons vu les énormes chiffres à ce sujet. Devons-nous réduire cette dépendance? Votre conseil oeuvre-t-il dans ce sens? Nous voyons des marchés émergents dans les tableaux que vous nous avez montrés. La réduction de la dépendance du marché américain est-elle un des buts du conseil, et cela aidera-t-il les prix?

**M. Geoff Irvine:** Nous ne le décrivons pas exactement ainsi, mais, assurément, il est toujours bon d'étendre ses activités à de nouveaux marchés, si ce sont de bons nouveaux marchés.

Oui, je dirais que l'industrie est en train de le faire. Prenez simplement l'exemple de sociétés d'exportation très dynamiques, comme Clearwater. Leur but est d'atteindre 100 millions de dollars de ventes en Chine d'ici cinq ans. C'est un nombre énorme.

L'Extrême-Orient est très attrayant pour le homard, transformé et vivant, et nous devrions certainement y concentrer nos efforts, mais les États-Unis seront toujours notre plus gros partenaire commercial pour le homard. Nous en achetons d'énormes volumes d'eux. C'est tout à fait une relation bilatérale.

**Mme Patricia Davidson:** Le mécanisme de prélèvements dont vous parlez constituerait-il une source de revenus autonome en ce qui concerne la commercialisation et certains des problèmes que vous devez résoudre? Pouvez-vous nous parler un peu plus de ce système de prélèvement et de la façon dont il fonctionnerait?

**M. Geoff Irvine:** Bien sûr, avec plaisir.

Oui, nous croyons qu'il le sera. Nous savons qu'il fonctionne dans d'autres industries. Dans le secteur de l'agriculture, l'industrie du boeuf a un mécanisme de prélèvements qui finance toutes les activités liées au boeuf au Canada. L'industrie du porc a ses prélèvements. Dans le domaine de l'agriculture, cela fonctionne très bien. Mais il n'y a pas d'antécédents dans le domaine des fruits de mer, donc nous frayons de nouvelles voies ici. Les programmes de ce genre ne sont pas nombreux dans l'Est du Canada. Il n'est pas facile d'amener les gens à envisager un tel programme, et il est difficile de les amener à concevoir comment le réglementer. Il semble que la réglementation et la législation de quelque chose de nouveau est très difficile, mais nous devons nous efforcer d'y réussir.

L'autre exemple que j'aime utiliser est celui de l'Alaska Seafood Marketing Institute, qui a réussi à lever 25 millions de dollars par an au moyen de prélèvements et de subventions. Cet institut est le chef de file mondial dans la commercialisation des fruits de mer. De même, la Norvège a un budget de 80 millions de dollars pour son conseil à l'exportation des fruits de mer — 80 millions de dollars — et ce pays est, comme nous le savons, un chef de file mondial dans le domaine des fruits de mer. Le système fonctionne. Je dis toujours que si nous investissons un cent dans la commercialisation du homard, nous récupérerons 5, 10 ou 25 ¢ en un clin d'oeil, mais nous devons avoir ce cent de départ. C'est difficile.

• (1150)

**Le président:** Merci beaucoup. Madame Davidson, votre temps est écoulé.

Monsieur MacAulay, allez-y.

**L'hon. Lawrence MacAulay (Cardigan, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Bienvenue, monsieur Irvine. C'est un plaisir de vous avoir ici.

L'écocertification est, en tout cas, essentiellement menée par le secteur de la vente au détail. Si je comprends bien, si vous n'avez pas l'écocertification quand celle-ci est établie, vous ne vendrez tout simplement pas vos homards à l'avenir. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** C'est exact, dans certaines parties d'Europe, mais pas toute l'Europe. C'est une question de vente au détail.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Oui, une question de vente au détail assurément.

Vous avez aussi mentionné que vous avez 9 500 pêcheurs que vous représentez, ainsi que 60 sociétés. Combien d'argent obtenez-vous des pêcheurs?

**M. Geoff Irvine:** Presque toutes les associations de pêcheurs paient des droits en fonction de leur affiliation, c'est donc moitié-moitié entre les sociétés et les pêcheurs. L'an dernier, nous avons perçu 50 000 \$ en droits. Cette année, notre objectif est de 100 000 \$ en droits, et ceux-ci se répartissent à peu près également.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Merci beaucoup.

En ce qui concerne le rapport de 2009 dont nous avons parlé hier — et vous avez un grand nombre de rapports —, les recommandations de ce comité... Je pense que l'une des recommandations voulait que vous soyez établis, ce à quoi je doute que vous vous opposerez, mais on y a effectivement donné suite.

Y a-t-il d'autres recommandations dans ce rapport auxquelles vous pensez que le gouvernement devrait donner suite? Je pense aux pêcheurs de poissons fournissant de l'aide aux pêcheurs de homards pour réduire leurs coûts. Le gouvernement a-t-il donné suite à cela?

Pouvez-vous parler du moment où les étiquettes, les journaux de bord et ce genre de choses sont imposés? Pouvez-vous nous en dire davantage là-dessus? Le problème que nous avons au niveau de la pêche côtière au homard dans le Canada atlantique... La situation étant ce qu'elle est, ils auront beaucoup de difficulté à survivre avec ces prix.

**M. Geoff Irvine:** Je suis d'accord.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Croyez-vous que le gouvernement a mis en oeuvre suffisamment d'éléments de cette étude?

**M. Geoff Irvine:** Je ne peux pas vraiment parler des étiquettes et des journaux de bord parce que nous ne nous occupons pas de ce côté des choses. En général, nous nous tenons à l'écart des questions de gestion des ressources. Nous en laissons le soin aux groupes de pêcheurs, et cela leur convient parfaitement. Nous essayons de nous concentrer sur la commercialisation, l'accès au marché et la qualité marchande.

Le plan et la stratégie ont été élaborés par l'industrie, et les gouvernements nous ont aidés quand ils pouvaient le faire. Nous comprenons de mieux en mieux comment aller chercher des subventions et de l'argent. C'est un art. Tout le monde sait cela. L'argent est là, les programmes sont là, mais vous devez aller les chercher. Nous y réussissons mieux maintenant.

En général, les gouvernements nous ont appuyés assez bien, mais vous devriez me poser une question plus précise.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** J'ai été aussi précis que je le pouvais. Quand vous augmentez le coût — et maintenant vous ne vous opposerez pas à votre propre organisme, mais vous allez... Je pensais simplement aux pêcheurs et à leur situation... Enfin, laissons tomber tout cela.

Vous avez indiqué clairement que la taille du homard importe peu, et que c'est sa qualité qui compte. À mon point de vue, c'est très important.

Avant le changement de la valeur du dollar, quelle était la valeur du produit?

**M. Geoff Irvine:** C'est une très bonne question. Si vous regardez la feuille de données que je vous ai envoyée, elle montre clairement comment la variation du dollar a eu des répercussions sur l'industrie. Quand nous avions un dollar à 1,40 ou 1,50 \$, j'avais à l'époque une société de commerce extérieur. Je peux vous dire que c'était le bon temps pour tous les produits canadiens. Les produits au quai sont directement liés à la valeur du dollar. Vous pouviez faire de l'argent sur le homard les yeux fermés quand notre dollar était faible, parce que vous pouviez l'acheter à 6 \$ du pêcheur et le vendre à 6 \$ US à Boston et faire 1,50 \$. Maintenant, nous devons faire notre argent au moyen des pratiques commerciales elles-mêmes. On peut donc voir l'effet dramatique de la valeur du dollar.

Si l'on prend en compte la dernière année où nous avions un dollar à 1,20 \$, c'était la dernière année où nous avons eu un prix au quai de 6 \$. Les prix au quai suivent la valeur du dollar.

• (1155)

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Il me semble, comme vous l'avez clairement indiqué, qu'il y a parfois un grand nombre de homards sur le marché, et d'autres fois, pas de homard du tout. Vous avez parlé des niveaux de qualité et de la marque, mais qu'arriverait-il si vous

aviez des réservoirs-viviers? Diriez-vous qu'il devrait y avoir des coopératives pour cela avec les pêcheurs?

Comment pouvons-nous nous assurer que nous avons un plan de commercialisation ordonné? Nous voulons obtenir le meilleur prix possible pour notre homard toute l'année. Je crois comprendre que nous ne le faisons pas. Mais vous me dites, si je comprends bien, que nous pourrions le faire si nous avions un système de commercialisation ordonné. Pouvez-vous nous en dire davantage?

**M. Geoff Irvine:** À l'heure actuelle, il y a dans l'industrie une composante de gestion des stocks très active, dont je n'ai pas parlé. Il y a des entreprises qui achètent des homards pendant la période de pointe et les mettent de côté, puis les remettent sur le marché quand c'est à leur avantage. Cela se fait couramment. En Nouvelle-Écosse, il y a des installations de réserve sur terre, dans des réservoirs, ainsi qu'en mer. Au Nouveau-Brunswick, et je crois à l'Île-du-Prince-Édouard, c'est une chose qu'on a essayé de faire. Cela se produit donc aujourd'hui. C'est une partie intégrante de la stratégie de commercialisation. Pour avoir des homards toute l'année, il faut les mettre en réserve.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Dirait-on qu'ils achètent des homards quand le marché est saturé? C'est une pratique commerciale. Je ne condamne personne. Mais ils ont des homards dans des réservoirs-viviers et ils peuvent les vendre au détail plus tard à un prix beaucoup plus élevé. Diriez-vous que c'est ce qui se passe?

**M. Geoff Irvine:** Oui, grosso modo.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** C'est logique.

**M. Geoff Irvine:** Ils ne le vendent pas au détail.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Ils le vendent.

**M. Geoff Irvine:** Ce sont des expéditeurs de homards vivants qui continuent à satisfaire leur marché à des moments où le produit n'est pas disponible ou à des moments où le produit qui est disponible n'est pas d'une qualité acceptable pour l'expédition. C'est assurément une stratégie de commercialisation. C'est une stratégie de vente. Elle fonctionne parfois et d'autres fois elle ne fonctionne pas. L'an dernier, après la saison du printemps, une quantité massive de homards sont morts dans les systèmes de réservoirs, à cause de la qualité du homard et à cause de la température de l'eau. Cela n'a pas été un moment heureux pour la mise en réserve des homards. Parfois ça marche, parfois ça ne marche pas. Quelquefois le marché monte, d'autres fois il ne monte pas.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Certains ont suggéré que nous devrions entendre d'autres personnes que vous. Je suis heureux que vous soyez ici. Je pense que je l'ai dit. J'ai recommandé votre participation. Je pense vous l'avoir dit hier. Croyez-vous que nous devrions entendre le témoignage d'autres secteurs de la pêche pour établir où nous en sommes exactement et ce qui se passe? Devrions-nous inviter les producteurs, les personnes qui manipulent le produit? Croyez-vous qu'il serait utile pour le comité d'entendre ce que ces personnes ont à dire pour déterminer exactement ce qui se passe?

Par exemple, nous entendons dire que Red Lobster n'a pas changé le prix du homard par rapport au moment où le prix était élevé — quoique je ne le sache pas personnellement. Nous sommes dans un marché libre et ils peuvent faire ce qu'ils veulent. Devons-nous approfondir l'examen que mène ce comité pour déterminer exactement où nous en sommes, et ce qu'il en est de la vente au détail du produit? Pour le consommateur du produit, le prix a-t-il changé de façon appréciable depuis que les pêcheurs recevaient un prix élevé, sans compter la valeur du dollar? Devons-nous nous pencher là-dessus?

**M. Geoff Irvine:** Je suppose que...

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Pour savoir exactement ce qui se passe, s'il est possible de savoir ce qui se passe... et, bien sûr, je sais que nous sommes dans une situation de marché libre...

**Le président:** Monsieur MacAulay, laissez M. Irvine répondre.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** J'essayais simplement, monsieur le président, de m'assurer qu'il comprend bien ce que je veux dire.

**Le président:** Je l'admets.

Je vous en prie, monsieur Irvine, continuez.

**M. Geoff Irvine:** Je ne sais pas quel est le mandat du comité. Je ne vois aucun inconvénient à ce que vous invitiez à comparaître des pêcheurs, des expéditeurs ou des entreprises de transformation pour qu'ils vous donnent leur avis sur la question. Je ne fais que rappeler que nous avons nous-mêmes accompli ce travail. Nous nous concertons, en effet, depuis trois ans et demi. Nous connaissons donc déjà les enjeux, mais c'est à vous de décider. Ils ne feront, je pense, que réitérer ce que je vous dis aujourd'hui puisque je ne fais que reprendre ce qu'ils n'ont cessé de me dire lors de nos entretiens. Mais cela dépend de vous.

• (1200)

**Le président:** Je vous remercie.

Nous passons maintenant à une autre série de questions, chacun disposant de cinq minutes. Nous allons commencer par M. Donnelly.

**M. Fin Donnelly (New Westminster—Coquitlam, NPD):** Merci, monsieur le président.

Je tiens, moi aussi, à vous remercier, monsieur Irvine, d'avoir répondu à notre invitation.

Vous nous avez fait part d'un certain nombre de données. Vous nous avez en outre demandé dans quelle mesure le gouvernement fédéral pourrait vous venir en aide. Vous avez insisté sur l'importance essentielle de la vente dans d'autres pays. Vous avez cité l'exemple de l'Alaska, de la Norvège et il faudrait donc, de toute évidence, mettre en place un système de prélèvements permettant de financer les efforts de promotion et les réformes. Il serait par ailleurs essentiel de soutenir financièrement les efforts de commercialisation et de promotion.

Je voudrais maintenant aborder un sujet dont vous n'avez pas beaucoup parlé dans votre exposé, la biomasse. Peut-être pourrions-nous en parler brièvement. D'après vous, compte tenu des prises de homard dans le Maine, existe-t-il, au Canada ou aux États-Unis, un problème au niveau de la biomasse?

**M. Geoff Irvine:** La biomasse se porte très bien. Il y a parfois un problème de surabondance, mais, de manière générale, en ce qui concerne le homard, la biomasse se porte très bien. Il n'y a guère de prédateurs. Il n'y a, en effet, plus de hareng ou de morue. En outre, le réchauffement des eaux favorise le mouvement du homard vers le nord et influence, je pense, sa prolifération. J'ajoute que des bateaux plus gros et plus puissants ont permis d'augmenter les prises.

Nous travaillons en étroite collaboration avec les biologistes du MPO. J'assiste aux réunions des comités consultatifs des diverses zones de pêche et rencontre les représentants des associations de pêcheurs. Il y a évidemment dans certains endroits du golfe, quelques problèmes, mais de manière générale, la biomasse semble très bien se porter.

**M. Fin Donnelly:** Qu'en sera-t-il à l'avenir? Nous avons rédigé un important rapport sur le crabe des neiges et nous savons que le cycle de la biomasse peut durer, disons, des dizaines d'années. Ces cycles fluctuent et cela a naturellement une incidence sur les prix.

**M. Geoff Irvine:** Le crabe des neiges suit un cycle d'environ sept ans. Nous n'avons pas, en ce qui concerne le homard, constaté un tel cycle. Le nombre de prises continue en effet à augmenter.

Cela nous inquiète-t-il? Bien sûr. L'effondrement de cette pêche serait catastrophique.

**M. Fin Donnelly:** Mais vous ne décelez aucun signe de cela.

**M. Geoff Irvine:** Non, pas pour l'instant.

**M. Fin Donnelly:** Vous avez parlé du réchauffement des eaux puisque le changement climatique affecte aussi les océans. Cela a-t-il une incidence sur la pêche aux États-Unis, ou sur nos zones de pêche canadiennes?

**M. Geoff Irvine:** Je ne suis pas biologiste, et je ne consacre pas beaucoup de temps à cet aspect de la question, mais l'on constate dans la partie située tout au sud des zones de pêche, c'est-à-dire aux environs du cap Cod, et de l'État de Rhode Island, l'épuisement des ressources. Le homard se déplace vers le nord, vers des eaux plus froides. Qu'est-ce que cela veut dire? Je ne vois pas très bien, mais les prises sont énormes dans la baie de Fundy, du côté canadien. Les prises sont également énormes sur la côte nord de l'Île-du-Prince-Édouard. Il en va de même au large du comté de Guysborough, en Nouvelle-Écosse.

Il faudrait en parler aux biologistes du MPO. Je peux simplement vous dire que cela fait augmenter nos prises, ce qui, d'un côté, est une bonne chose, mais ce qui crée également un certain nombre de difficultés.

**M. Fin Donnelly:** Au niveau des cours, naturellement...

**M. Geoff Irvine:** C'est exact.

**M. Fin Donnelly:** Permettez-moi de passer à la question de la certification. Je sais que la question a été évoquée plus tôt, mais que le Marine Stewardship Council vient d'accorder sa certification à l'État du Maine. Les régions de pêche canadiennes s'intéressent de près à la question. D'après vous, dans quelle mesure cette certification affecte-t-elle les cours du homard, disons en pourcentage des prises? Vous avez dit tout à l'heure que la qualité revêt une importance essentielle.

**M. Geoff Irvine:** C'est une question difficile, et à laquelle je ne peux pas vous donner de réponse.

Disons, de manière générale, que l'écocertification des produits de la mer n'a pas entraîné de fortes augmentations des prix. Cela les a plutôt stabilisés. Comme je le disais tout à l'heure, c'est devenu des coûts associés aux activités de pêche, mais qui posent néanmoins à l'industrie un certain nombre de difficultés. Ça exige une importante mise de fonds, mais nous ne pouvons pas en tenir compte. Nous savons qu'au Canada, la pêche au homard est une pêche durable, mais il faut, hélas, qu'une tierce partie le confirme. J'ajoute que le label MSC contribuera à notre stratégie de positionnement; cela ne fait aucun doute. L'État du Maine s'en sert déjà pour assurer sa promotion.

Je n'en ai pas parlé tout à l'heure, et je ne sais pas si le comité a eu l'occasion d'en discuter, mais un autre point essentiel est le fait que l'assemblée législative du Maine va bientôt adopter un projet de loi introduisant un système de prélèvements. Les parties prenantes discutent vigoureusement de la manière dont sera réparti le produit de ces prélèvements. On sait qu'aux États-Unis tant les acheteurs que les pêcheurs sont soumis à la réglementation de l'État compétent. Cela simplifie énormément les choses par rapport à ce qu'il en est au Canada.

Ce projet de loi va bientôt être adopté. Il a franchi l'étape du comité et je suis persuadé que le Maine va l'adopter. Ces prélèvements doivent s'élever à un million de dollars l'année prochaine, à deux millions l'année suivante et à trois millions l'année d'après, ce qui fera six millions de dollars pour la promotion du homard du Maine. C'est une raison de plus pour en faire autant ici.

Excusez-moi, je m'écarte du sujet.

● (1205)

**Le président:** Je vous remercie.

Monsieur Allen.

**M. Mike Allen (Tobique—Mactaquac, PCC):** Merci, monsieur le président. Je remercie M. Irvine de sa présence devant le comité.

Je vous remercie de nous avoir expliqué à quoi est due l'augmentation des prises. Il est clair que la situation dépend de l'offre et de la demande. L'augmentation du nombre des prises a une incidence sur les cours, surtout si l'augmentation se poursuit...

J'aurais une question à vous poser à cet égard. Existe-t-il un délai optimal de rétention des prises, dans des viviers par exemple, ou après transformation et emballage sous vide? Existe-t-il un délai à ne pas dépasser pour la commercialisation du produit?

**M. Geoff Irvine:** En ce qui concerne le homard vivant, tout dépend du type de vivier. Vous pouvez mettre les homards dans des tubes en plastique rangés dans des casiers qui flottent dans l'eau. Les spécialistes pourraient vous dire pendant combien de temps. Il est clair, cependant, qu'il y a une certaine durée de conservation. Même si vous les conservez dans des casiers, il vous faut, à un certain moment, les retirer. Il en va de même des homards conservés à terre dans les cuves. Les gens chargés de ça font très bien leur travail.

En ce qui concerne, maintenant, les produits transformés, chaque emballage porte une date limite et la filière est étroitement encadrée par l'ACIA et surveillée par les clients et les expéditeurs. En ce qui concerne, maintenant, les nouveaux produits... On est en train, par exemple, de développer du homard pasteurisé, un produit extrêmement prometteur. Sa durée de conservation est beaucoup plus longue, ce qui intéresse à la fois les détaillants et la restauration. Il y a de très intéressantes innovations.

**M. Mike Allen:** Est-ce à dire que les entreprises étudient diverses solutions techniques permettant d'allonger le délai de conservation?

**M. Geoff Irvine:** Oui. Il y a, par exemple, le traitement à ultra haute pression, qui offre aux services de restauration un excellent produit haut de gamme appelé à se développer.

**M. Mike Allen:** Je voudrais maintenant vous poser quelques questions concernant le comité interprovincial qui vient d'être créé. Vous avez dit tout à l'heure que vous n'y participez pas directement, mais j'imagine que des représentants de votre conseil vont oeuvrer au sein de ce groupe de travail. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** Nous ne le savons pas encore. Je sais que ce comité interprovincial comprendra trois personnes, nommée chacune

par une des provinces maritimes. J'imagine qu'il s'agira de spécialistes du domaine, qui savent comment développer un marché et comment tirer parti au mieux de la chaîne de valeur. Nous serons vraisemblablement appelés à conseiller ce comité. Nous avons recueilli une masse considérable de données et les résultats de nombreuses recherches.

Le mandat de ce comité est en préparation. L'Île-du-Prince-Édouard a en outre son propre comité, ou à du moins une personne chargée de la question. On n'en est qu'au début.

**M. Mike Allen:** Vous parlez, dans vos recommandations, du soutien qu'il conviendrait d'apporter aux améliorations à long terme, à la manière dont le secteur est structuré. De nombreuses recommandations ont été formulées dans le cadre de rapports antérieurs, et aussi par notre comité. Pourriez-vous nous dire de manière plus précise ce que cela implique?

Vous nous avez dit, en passant, qu'on envisagerait de restructurer les périodes de pêche. Ce serait, bien sûr, une manière de procéder. A-t-on également parlé de quotas de pêche, ou d'autres types de mesures?

**M. Geoff Irvine:** Je ne peux pas vraiment vous dire au juste de quoi ils discuteront. D'après ce que j'ai pu lire dans la presse, d'après ce que m'ont dit certains représentants provinciaux, le débat portera essentiellement sur des questions structurelles: le mode de fixation des prix... C'est, je pense, la principale question. On constate une insatisfaction générale concernant la manière dont s'établit le prix débarqué; c'est la pagaille. On a beaucoup travaillé sur la question et on peut envisager diverses solutions.

Il s'agit essentiellement de la structure des prix, de la répartition de la valeur, du mode de fixation des cours. Ce sont là, sans doute, les questions qui vont retenir leur attention. Je ne sais pas s'ils vont se pencher sur la gestion des ressources et, par exemple, sur la modification des périodes de pêche. Je ne pense pas que cela soit à l'ordre du jour, pas plus que les quotas ou la gestion de l'offre.

● (1210)

**M. Mike Allen:** Si j'en juge d'après les renseignements que vous nous avez fournis, et vos propos d'aujourd'hui, et ce qu'a dit M. MacAulay, on peut dire qu'un travail énorme a été accompli au cours des trois dernières années. Je pense donc que si nous poursuivons nos auditions, si nous invitons d'autres témoins... Ne devrait-on pas plutôt commencer à étudier les données que vous avez recueillies, et voir un peu là où le gouvernement devrait intervenir?

Vous nous avez exposé vos recommandations. Vous avez parlé d'un système de prélèvements, d'aides à la commercialisation — enfin des diverses solutions que nous pourrions envisager, mais je me demande vraiment s'il y a lieu d'entreprendre une vaste étude de la question alors que vous avez déjà fait une grande partie du travail.

**M. Geoff Irvine:** Ce n'est pas à moi de le dire, mais il est vrai que nous avons accompli un gros travail. Nous avons défini un plan, sur lequel nous continuons d'ailleurs de travailler. Cela prend du temps. Je ne saurais vous dire s'il conviendrait ou non de retravailler tout cela, mais nous avons nous-mêmes tout retravaillé.

Il y a, bien sûr, un aspect très pratique de la question quant à la manière d'assurer une large participation des diverses parties intéressées. Notre secteur d'activité est vaste. Le groupe au sein duquel je siège comprend les pêcheurs et les entreprises les plus impliqués, mais il y a des centaines et des milliers de personnes qui ne prennent pas vraiment part à nos initiatives. D'après moi, tout ce qui pourrait, à cet égard, influencer la situation serait une bonne chose. Je suis donc ravi de voir le comité se pencher sur la question, étant donné l'influence politique qu'il peut exercer. Nous avons besoin de cela. Il faut que notre secteur retienne l'attention de responsables politiques de haut niveau afin que l'on puisse enfin décider de ce qu'il convient de faire.

Cela ne peut pas faire de mal.

**Le président:** Je vous remercie.

Monsieur Larose.

**M. Jean-François Larose (Repentigny, NPD):** Merci, monsieur le président.

Je tiens, moi aussi, à remercier nos invités. Amateur de homard, je me réjouis particulièrement de votre présence. Tout cela est très intéressant.

Vous avez parlé de positionnement. L'idée me paraît intéressante. C'est très « tendance ». Nombreux sont ceux, en effet, qui s'intéressent à la question. Vous avez également parlé de homard vivant et du marché chinois. Selon vous, cette stratégie de positionnement de marque va-t-elle avoir une incidence en Chine ou sur les divers autres marchés auxquels vous vous intéressez? Comment stabiliser le marché du homard vivant qui, selon vous, soulève un certain nombre de difficultés et donne parfois lieu à des pénuries, compte tenu de l'impératif de qualité?

**M. Geoff Irvine:** En ce qui concerne la Chine, il est absolument essentiel d'y établir la marque Canada. Nous n'y sommes pas vraiment parvenus jusqu'ici.

Certaines compagnies ont, cependant, eu, beaucoup de succès à cet égard. Ainsi que je le disais, l'*Homarus americanus*, notre homard, est, en Chine, appelé « homard de Boston ». Homard de Boston est, comme « Kleenex », une dénomination générique. Que ce soit nous qui le vendions, ou que ce soient les Américains, c'est un produit de chez nous. Il s'agit donc d'un marché où il est essentiel de bâtir et de positionner une marque puissante.

Les enjeux du positionnement ont quelque chose de fascinant, car chaque province fait preuve, vis-à-vis de son homard, d'une attitude assez protectrice. Le Québec a récemment créé, pour son homard, une jolie marque dont il assure très activement la promotion internationale. La Nouvelle-Écosse envisage de créer une marque de homard et l'Île-du-Prince-Édouard souhaiterait en faire autant.

Je m'attache en permanence à rappeler aux intéressés que le Canada est plus fort que les provinces prises individuellement. Nous avons retenu cela des efforts engagés par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Les gens du programme de promotion de l'image de marque du Canada en sont conscients. Je ne voudrais pas me répéter, mais si les Chinois savent ce qu'est le Canada, ils ne connaissent guère le Québec ou la Nouvelle-Écosse.

C'est un autre aspect de la question sur lequel je souhaiterais, là encore obtenir de l'aide: il convient en effet de mettre l'accent sur le Canada, et non sur le Cap-Breton ou l'Île-du-Prince-Édouard.

**M. Jean-François Larose:** Je crois me souvenir qu'il y a quelques années Pêches et Océans avait mis en place un système de marquage que les pêcheurs étaient eux-mêmes chargés d'appliquer. Mais il n'y avait guère de contrôles, et les pêcheurs devaient en plus acquitter un

droit. Y a-t-il quelque chose que nous pourrions faire, dans le cadre du comité, afin de rendre cela un peu plus...? C'est peut-être le mot « Unisync » que je cherchais.

**M. Geoff Irvine:** Le mieux serait une marque canadienne, avec une étiquette canadienne garantissant la provenance et assurant la traçabilité. C'est ce que vous avez fait au Québec. Je ne suis pas sûr que vous êtes du Québec, mais...

**M. Jean-François Larose:** Je le suis en effet.

**M. Geoff Irvine:** Le Québec a créé le programme Aliments du Québec, dans le cadre duquel chaque pêcheur se voit attribuer un numéro, et ceux qui acceptent de participer inscrivent ce numéro sur l'étiquette. Chaque homard porte ainsi une étiquette revêtue de ce numéro. L'acheteur, où qu'il se trouve dans le monde, peut ainsi, sur Internet, trouver une vidéo portant sur le pêcheur en question.

Il existe un autre programme dénommé « This Fish », créé sur la côte Ouest pour les produits de la pêche. Il s'agit d'un programme de marquage auquel ont participé de nombreux pêcheurs de homard. C'est un programme de traçabilité qui s'inscrit dans les efforts de commercialisation.

Comme vous le disiez tout à l'heure, les efforts en ce sens n'ont pas encore donné grand-chose au niveau de la distribution, mais l'idéal serait une marque canadienne, avec une étiquette canadienne et un programme canadien de traçabilité.

**M. Jean-François Larose:** Nous avons, au sujet d'une telle marque, parlé de la Chine, mais songez-vous à d'autres nouveaux marchés, le Japon peut-être, ou la Corée?

● (1215)

**M. Geoff Irvine:** L'Extrême-Orient, la Corée du Sud, est un autre grand marché en développement. Le Japon est depuis longtemps un marché sur lequel on peut compter, mais je suis sûr que nous pourrions, même là, faire davantage d'efforts.

Nous sommes en train de définir une stratégie globale de commercialisation, mais nous estimons devoir commencer à l'échelle nationale. Nous pourrions, en effet, vendre ici même davantage de homards en collaborant avec des cuisiniers, des journalistes, avec ceux qui exercent dans le monde une sorte d'influence alimentaire. Je parle là des principaux marchés aux États-Unis, des principaux marchés européens. Cela dit, il est clair que l'Extrême-Orient est extrêmement prometteur.

**M. Jean-François Larose:** Y a-t-il quelque chose que nous pourrions faire au niveau fédéral, afin de soutenir les initiatives du conseil?

**M. Geoff Irvine:** C'est là une question essentielle à laquelle je n'ai cependant pas encore de réponse.

Nous travaillons en permanence avec Agriculture et Agroalimentaire Canada qui a notamment pour mission d'appuyer la commercialisation des produits alimentaires. Je dois me réunir avec ses représentants plus tard cet après-midi pour discuter du soutien qu'ils pourraient apporter à notre programme de marque, et des crédits qui pourraient nous être accordés pour cela.

Les initiatives que le gouvernement a engagées dans divers pays pour faire la promotion de la marque Canada... Le mois dernier, j'ai rencontré en Europe notre délégué commercial en Ukraine. Il venait de faire, auprès des détaillants de Kiev, un important effort de promotion du homard, du saumon et de quelques autres produits, à l'aide de crédits du programme de promotion de l'image de marque du Canada. Ces programmes sont extrêmement importants.

**Le président:** Merci, monsieur Larose.

Monsieur Sopuck.

**M. Robert Sopuck (Dauphin—Swan River—Marquette, PCC):** Merci, monsieur le président.

J'ai pris un intérêt particulier à la diapositive intitulée « Comment le gouvernement fédéral peut-il aider? » Je voudrais, point par point, en reprendre la teneur, laissant de côté pour l'instant la question des prélèvements.

Vous parlez, au point numéro deux, d'un appui à la commercialisation et à la promotion. En 2009, le fonds d'adaptation des collectivités a accordé un crédit de 10 millions de dollars afin d'améliorer la commercialisation et encourager l'innovation. M. Irvine nous a également parlé des efforts engagés par AAC en matière de promotion et de commercialisation. N'est-ce pas dire que, sur ce point, le gouvernement fédéral fait ce que vous souhaitez qu'il fasse?

Je sais qu'on devrait toujours en faire davantage...

**M. Geoff Irvine:** Il est vrai qu'il nous serait utile d'en avoir davantage.

**M. Robert Sopuck:** ... mais nous répondons à votre deuxième point.

**M. Geoff Irvine:** Il est clair que de tels programmes ont existé dans le passé, et qu'ils existent aujourd'hui, sous l'égide d'AAC, le programme Agri-marketing, mais il nous faut ce système de prélèvements afin de pouvoir toucher une subvention de contrepartie.

**M. Robert Sopuck:** Je reviendrai dans un instant, à la question des prélèvements.

Le troisième point consiste à mener à bien les négociations de l'AECG. Or, cela, nous le faisons.

Le quatrième point consiste à poursuivre le programme La Marque Canada avec AAC. Cela veut manifestement dire qu'un tel programme existe déjà.

**M. Geoff Irvine:** Il existe actuellement.

**M. Robert Sopuck:** En ce qui concerne l'amélioration à long terme de la structure de l'industrie, mon collègue en a déjà parlé. Je suppose qu'il s'agit d'un effort qui se poursuit et auquel le gouvernement fédéral participe.

**M. Geoff Irvine:** Oui.

**M. Robert Sopuck:** Hormis les prélèvements, nous faisons donc tout ce que vous souhaitez. Il semble y avoir, entre pêcheurs, un consensus pour l'instauration de prélèvements. Appartient-il, selon vous, au gouvernement fédéral d'instaurer le cadre juridique permettant d'effectuer des prélèvements auprès des pêcheurs? Une telle demande me paraît légitime.

**M. Geoff Irvine:** Si les pêcheurs y sont favorables, comme ils l'étaient il y a quelques mois — et nous allons bien sûr vérifier qu'il en est encore ainsi — je dirais, d'une manière générale, que oui. La question est de savoir si le MPO est en mesure d'instaurer un tel système par l'ajustement des droits des permis de pêche. Nous en discutons continuellement avec eux.

**M. Robert Sopuck:** Je représente une circonscription agricole et, en agriculture, cela se fait couramment. Nous avons, dans l'Ouest, un programme de recherches sur le grain de l'Ouest. Un prélèvement est effectué et, sur chaque tonne de blé, un certain montant d'argent va à la recherche sur le blé. Ce programme donne d'excellents résultats. Je ne pense pas qu'il nous faille, en l'occurrence, réinventer la roue. Il suffit de suivre l'exemple de l'agriculture.

Je trouve pour ma part curieux que la pêche commerciale soit, au Canada, le seul secteur d'exploitation de ressources naturelles qui ne donne lieu à aucune redevance et sur lequel n'est effectué aucun prélèvement. L'industrie forestière acquitte un droit de coupe, la récolte des fourrures est soumise au paiement d'une redevance, et il en va de même pour les recettes gazières et pétrolières. La pêche commerciale est la seule à ne pas s'autocotiser, si je puis m'exprimer ainsi.

Je suis, en ce qui me concerne, entièrement favorable à tout ce que le gouvernement fédéral pourrait faire pour vous aider en cela.

Où se situe le Canada parmi les pays qui pêchent le homard?

**M. Geoff Irvine:** Nous sommes le numéro un mondial.

**M. Robert Sopuck:** Bon. Vous avez parlé des droits de douane applicables au homard. Quels sont les pays qui imposent à nos homards des droits de douane?

**M. Geoff Irvine:** L'UE impose des droits de douane à tous nos produits. Cela va d'environ 6 p. 100 pour le homard vivant, jusqu'à 18 p. 100 sur la chair de homard.

• (1220)

**M. Robert Sopuck:** C'est dire que l'AECG donnerait un véritable coup de pouce à votre secteur d'activité.

**M. Geoff Irvine:** Tout à fait.

**M. Robert Sopuck:** Bon.

Lorsque les cours du homard baissent, les pêcheurs réduisent-ils leurs prises? J'ai travaillé dans l'industrie du papier et on entendait souvent que telle ou telle usine avait fermé pendant un mois parce que les prix étaient trop bas. Le mois suivant elle reprenait ses activités.

Cela se produit-il aussi dans l'industrie du homard?

**M. Geoff Irvine:** D'une manière générale, lorsque les prix baissent trop, les pêcheurs arrêtent de pêcher, car ils n'en ont tout simplement plus les moyens. Il n'y a pas d'effort concerté en vue de réduire les prises.

**M. Robert Sopuck:** Cette diminution de l'effort de pêche est-elle souvent suivie d'une augmentation des cours?

**M. Geoff Irvine:** À en juger par le passé, c'est généralement vrai à condition de réduire l'offre pendant un laps de temps suffisant.

**M. Robert Sopuck:** Y a-t-il une forte concurrence entre pêcheurs qui proposent à l'acheteur un prix légèrement inférieur à celui de leurs concurrents?

Existe-t-il une grande concurrence entre pêcheurs?

**M. Geoff Irvine:** Vous voulez dire un prix plus élevé.

**M. Robert Sopuck:** Oui, excusez-moi.

Je veux dire non, le pêcheur disant « Vous vous fournissez chez lui, mais je propose de vous vendre mon homard pour 5 ¢ de moins la livre ».

Cela se fait-il?

**M. Geoff Irvine:** La relation entre pêcheurs et négociants est complexe. D'une manière générale, les pêcheurs font toute leur vie affaire avec le même négociant. Il existe, bien sûr, des pêcheurs qui vont de l'un à l'autre. À terre, la concurrence peut être très vive.

**Le président:** Merci, monsieur Sopuck.

Monsieur MacAulay, vous avez la parole.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Merci, monsieur le président.

Ce sont là des questions intéressantes. Je doute fort qu'il y ait beaucoup de pêcheurs qui offrent de vendre leurs prises à un moindre prix. Je ne pense pas que cela arrive souvent.

Compte tenu de la question qu'a posée M. Allen, et de la manière dont vous y avez répondu, vous ne semblez pas juger nécessaire de convoquer d'autres témoins, ce qui me décourage un peu étant donné les cours du homard, et la situation dans laquelle se trouve le secteur.

D'après vous, les compagnies se livrent-elles à une âpre concurrence? N'y aurait-il pas, selon vous, une sorte de nivellement des cours par le bas. Ce que j'aimerais savoir, et ce que les pêcheurs aimeraient sans doute savoir, c'est si Clearwater ou une autre entreprise qui entend vendre son homard en Chine, face à un concurrent qui a le même objectif, tout faire pour décrocher le marché? Selon vous, les compagnies cherchent-elles à casser les prix, et constate-t-on une sorte de nivellement par le bas?

**M. Geoff Irvine:** Pour répondre à votre première question, je pense avoir dit que rien ne s'oppose à ce que le comité convoque d'autres témoins. Je ne sais pas quel est au juste le mandat du comité.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** J'en conviens.

**M. Geoff Irvine:** Cela relève entièrement de vous.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Merci. Je ne voulais pas agir de manière inconsidérée.

**M. Geoff Irvine:** C'est une question qui ne me concerne pas. Je pense avoir dit qu'ils répéteront vraisemblablement ce que je vous dis moi-même.

Au niveau de la commercialisation et de la vente de homard, la sous-cotation des prix est, dans notre secteur d'activité, chose commune. Il s'agit en effet d'un secteur très concurrentiel. Les membres de notre conseil considèrent ces gens-là comme des bradeurs. Il y a dans notre industrie de nombreux bradeurs qui acceptent de travailler pour rien.

Nous pourrions, vous et moi, lancer une entreprise et nous mettre à vendre du homard vivant. Nous le pourrions si nous acceptions de travailler pour 5 ¢. Nous n'aurions pas les frais généraux d'une entreprise montée il y a 20 ans. Il existe, dans ce domaine, de nombreux modèles commerciaux. La concurrence est farouche et la sous-cotation des prix fréquente. Personne, cependant, ne souhaite un nivellement des prix par le bas. Les transformateurs et les expéditeurs sont installés dans les mêmes petites localités que les pêcheurs. Aucun de ces acteurs n'est satisfait de l'actuelle structure des prix. Ils travaillent et vivent, eux aussi, dans ces localités. Personne n'est content de la situation, mais, en raison de divers facteurs, le marché est ainsi fait.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Je vous remercie.

Selon vous, donc, le problème est sur le plan de la commercialisation. Et ce problème provient du fait que lorsque les ventes s'effectuent à bas prix, les gens sont les premiers à souffrir. Comme je le disais plus tôt, ce sont ceux qui ne portent pas la cravate qui sont les plus mal payés. On s'en rend compte, hélas, en ce qui concerne les pêcheurs. J'aimerais que le comité comprenne bien cela. Je reconnais votre expertise, mais il nous faudrait aussi recueillir l'avis d'autres acteurs de la filière.

Je vous demanderais par ailleurs de nous dire ce que vous pensez du programme des Mesures de durabilité pour l'industrie du homard de l'Atlantique, et des 65 millions de dollars qui lui ont été affectés. Pourriez-vous nous dire quelque chose des crédits que le gouvernement fédéral a dégagés pour appuyer la commercialisation du homard? Faudrait-il augmenter les sommes prévues? Cet argent a-t-il été employé au mieux?

C'est la question que je vous pose.

• (1225)

**M. Geoff Irvine:** Si je ne m'abuse, le Programme des mesures de durabilité a reçu 50 millions de dollars, les mesures à court terme se voyant affecter 5 millions, et le soutien à la commercialisation, 10 millions de dollars.

Je crois savoir que les 50 millions de dollars du Programme des mesures de durabilité ont été presque intégralement affectés au rachat de permis de pêche. Cet argent a été bien employé, car en réduisant le nombre de pêcheurs, on a aidé ceux qui restaient en activité. Les 50 millions de dollars ont, en grande partie, servi à cela, ainsi qu'aux plans de durabilité des flottilles de pêche. Sur les 5 millions de dollars affectés aux mesures à court terme, 3,5 millions environ ont été versés directement aux pêcheurs. Je crois pouvoir dire que des 10 millions de dollars affectés à la commercialisation, environ 8,5 millions ont été à ce jour dépensés. Ce matin encore, je me suis penché sur l'ensemble des projets ayant bénéficié de ces crédits. Un demi-million est allé à notre projet — la stratégie axée sur la valeur à long terme. Je pense que l'argent a été bien dépensé. Une partie de l'argent est allée aux techniques de transformation, à l'Île-du-Prince-Édouard, aux efforts de commercialisation en Chine, dans les villes canadiennes et dans les villes des États-Unis. Je pense donc que l'industrie a employé au mieux les 8,5 millions de dollars en question.

Nous n'existions pas encore lorsque ce programme a été lancé et si ces crédits étaient aujourd'hui affectés au Conseil du homard, l'argent serait, je crois, dépensé autrement. Je pense qu'il serait affecté davantage à des objectifs stratégiques ainsi qu'à l'élaboration de notre plan. Si, aujourd'hui, vous me remettiez 10 millions de dollars, l'argent pourrait très utilement être affecté à nos efforts de commercialisation et à l'élaboration de notre plan de valorisation du produit.

**Le président:** Merci, monsieur MacAulay.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Vous m'avez, encore une fois, coupé la parole.

**Le président:** Nous sommes à court de temps.

Madame Sims.

**Mme Jinny Jogindera Sims (Newton—Delta-Nord, NPD):** Je vous remercie.

Vous savez, j'ai toujours plaisir à participer aux délibérations d'un autre comité et, puisque je suis originaire de la côte Ouest, je m'intéresse particulièrement à tout ce qui concerne les pêches. Nous n'avons pas, naturellement, de homard dans ma région, mais nous apprécions beaucoup le homard dont vous approvisionnez l'ensemble du pays et Phil continue à promettre de m'en apporter, même si j'attends encore.

**Une voix:** Qu'on se le dise!

**Mme Jinny Jogindera Sims:** Il nous arrive, lorsque nous étudions la situation dans tel ou tel secteur d'activité, qu'il s'agisse de la pêche au saumon, ou de la pêche au homard, de perdre de vue le fait que, pour beaucoup, c'est un moyen de subsistance. Je parle là de ceux qui gagnent leur vie en pêchant. La science, et les travaux de recherche peuvent guider nos décisions, qu'il s'agisse des modes de pêche, des époques auxquelles nous nous livrons à la pêche, de la comptabilisation des prises ou des incidences du changement climatique ou de la surpêche.

Comment le gouvernement fédéral pourrait-il, sur le plan de la science et de la recherche, en faire davantage pour favoriser la recherche et développement et aider l'industrie du homard? Je sais bien que l'actuel gouvernement est allergique aux données, et qu'il éprouve en outre une certaine antipathie pour la recherche, et nous savons que...

**Des voix:** Oh, oh.

**Mme Jinny Jogindera Sims:** Je prends part aux délibérations d'un comité. Je me comporte correctement. Ne vous offusquez pas.

Ce qui m'importe, essentiellement, c'est de savoir quelles seraient, au niveau fédéral, les mesures précises que nous pourrions prendre. Je ne m'intéresse pas aux observations de caractère général, car je suis moi-même capable d'en faire, mais quels sont les efforts de recherche et développement précis sur lesquels le gouvernement fédéral pourrait se concentrer afin d'aider, au Canada, non seulement la soi-disant industrie mondiale du homard, mais plus particulièrement les pêcheurs.

**M. Geoff Irvine:** Je ne peux en fait pas vous répondre. Cette question s'adresse plutôt aux groupes de pêcheurs qui pourraient venir ici prendre la parole. Ils sont, davantage que nous, au fait de ce qui se passe au niveau biologique. Je ne peux pas vraiment vous répondre.

Ce que je sais, c'est que les biologistes du MPO, spécialistes du homard, jouent un rôle très important. Je ne souhaite pas que cela change, mais sur ce point précis, je ne peux pas vous répondre, car je ne sais pas. Il vous faudrait poser la question aux pêcheurs qui, jour après jour, partent en mer. C'est une question qui les touche de beaucoup plus près. Vous seriez surprise de voir combien les associations de pêcheurs sont au fait des données scientifiques. Elles s'intéressent de très près à la science et mènent de nombreux projets. Les pêcheurs sont tout à fait conscients du don qui leur a été fait et ils sont les mieux à même de vous répondre sur ce point.

•(1230)

**Mme Jinny Jogindera Sims:** Merci. J'espère qu'au sein du comité quelqu'un prendra cela en note, et leur posera la question lors de leur comparution.

Manifestement, les efforts de votre organisation reposent dans une certaine mesure sur des données scientifiques. Vous avez vous-même dit reconnaître la valeur des travaux effectués en ce domaine par le MPO, et l'importance des renseignements qui vous sont fournis. Compte tenu des coupures budgétaires en cours, je demande donc au gouvernement de ne pas supprimer les quelques chercheurs qui continuent à faire des recherches dans ces divers domaines. Je sais que vous ne pouvez pas vous prononcer sur ce point et je ne fais là que donner mon avis.

Dans votre exposé que j'ai dû consulter rapidement, car j'en avais manqué une partie, je relève que lorsque vous demandez comment le gouvernement fédéral pourrait vous aider, vous indiquez un certain nombre de mesures. Je vous demande donc de nous fournir quelques idées à cet égard. Comment le gouvernement fédéral pourrait-il appuyer la commercialisation et la promotion?

**M. Geoff Irvine:** Il pourrait le faire en continuant à financer le programme Agri-marketing d'AAC ainsi que le programme de promotion de l'image de marque du Canada. Ces deux programmes revêtent une grande importance pour l'industrie des fruits de mer.

**Mme Jinny Jogindera Sims:** Je vous remercie.

Et que devrions-nous faire pour appuyer les améliorations à long terme de la structure de l'industrie?

**M. Geoff Irvine:** Vous pourriez continuer à soutenir l'action du Conseil canadien du homard.

**Des voix:** Oh, oh!

**Mme Jinny Jogindera Sims:** Bon. C'était, certes, une question ouverte, mais vous auriez pu développer.

**Le président:** Je vous remercie. Votre temps de parole est écoulé. Monsieur Kamp.

**M. Randy Kamp (Pitt Meadows—Maple Ridge—Mission, PCC):** Merci, monsieur le président.

Permettez-moi d'abord d'apporter une petite correction. Le programme de mesures à court terme disposait d'un budget de 15 millions de dollars. Je ne suis pas certain qu'il ait été intégralement dépensé, mais il est certain qu'on lui avait affecté plus de 5 millions de dollars.

Je voudrais, d'abord, vous poser une question d'ordre général. Vous avez été invité à comparaître devant le comité parce que certains de ses membres considèrent que le secteur du homard se trouve actuellement en crise, ou qu'il s'y passe des choses assez inhabituelles. C'est l'objet de ma question. La situation actuelle est-elle, effectivement, inhabituelle, notamment en raison du niveau des prix ces dernières semaines? Je comprends fort bien que la baisse des prix n'est pas bienvenue, mais compte tenu des divers facteurs qui interviennent, y a-t-il en cela quelque chose d'inattendu?

**M. Geoff Irvine:** D'après moi, la situation actuelle est l'aboutissement d'une année qui a vu progressivement baisser les prix débarqués, et certaines flottilles de pêche sont effectivement en crise. Lorsque les prix débarqués baissent à ce point, la pêche cesse tout simplement d'être viable sur le plan commercial. Il y a donc, effectivement, crise.

Ajoutons qu'il faut bien vendre les homards que l'on prend. L'année dernière, plusieurs entreprises ont fait faillite. Malgré ce que beaucoup de gens en pensent, la vente de homards est, comme la pêche, une activité peu rentable. Certaines flottilles ont pu compenser la baisse des prix par une augmentation des prises, mais ce n'est pas tout le monde qui le peut. Il est donc vrai que certaines flottilles subissent les conséquences de cette baisse des prix débarqués et que des centaines de localités sont touchées.

Le secteur est manifestement en proie à de réelles difficultés.

**M. Randy Kamp:** Je crois vous avoir entendu dire plus tôt, cependant, que ces difficultés vont se régler. Est-il exact de dire que bien que les pêcheurs, et divers autres acteurs du secteur se trouvent effectivement en difficulté, la situation n'est due à aucune collusion ou cause de cet ordre. Comme on peut s'y attendre, divers facteurs interviennent, de temps à autre, sur le marché. Est-ce exact, ou ai-je mal interprété ce que vous avez dit?

•(1235)

**M. Geoff Irvine:** Je ne peux pas dire que ces difficultés vont se régler d'elles-mêmes. Il est vrai que d'une année à l'autre la situation a tendance à se rétablir. Je ne sais pas, cependant, comment les choses vont évoluer. Cela dépend de divers facteurs: le niveau des prises va-t-il se maintenir, comment la monnaie nationale va-t-elle évoluer... Il y a toutes sortes de facteurs.

Y a-t-il collusion? Y a-t-il des choses bizarres qui se passent actuellement? Non. D'après les données dont nous disposons, la situation actuelle et l'état du marché étaient assez prévisibles. Les difficultés proviennent actuellement du fait que pour les pêcheurs, le taux d'activité n'atteint pas le seuil de rentabilité. Cela crée de réelles difficultés.



**M. Randy Kamp:** Je comprends.

Vers la fin du rapport sur la Stratégie axée sur la valeur à long terme, le rapport Gardner Pinfold, six facteurs essentiels sont très utilement évoqués:

Quatre facteurs liés au marché — la demande, l'offre, le prix et la qualité — sont soutenus ou entravés par deux facteurs sur lesquels l'industrie a une emprise d'agir — le degré de coopération et la nature de la concurrence.

L'observation me paraît judicieuse. Les deux derniers facteurs — c'est-à-dire le degré de coopération et l'état de la concurrence — affectent manifestement l'offre et la demande. Avez-vous, sur ces deux derniers points, fait des progrès?

**M. Geoff Irvine:** Je vous remercie d'avoir pris le temps de lire ce rapport. Il est long et peu de gens l'ont lu.

Ce sont les deux principaux facteurs. Ai-je constaté, en trois ans et demi, une évolution au niveau de la coopération? Indiscutablement. Devons-nous en faire davantage? C'est certain. Au sein de ce secteur, il existe de réelles carences tant sur le plan de la communication que sur le plan de la coopération, mais la situation s'est améliorée. Il est clair que nous faisons des progrès.

J'explique cela par le fait que nous avons mis sur pied ce Conseil du homard, dans le cadre duquel, pour la première fois, nous parvenons, quatre fois par an, à réunir autour d'une table comme celle-ci, les pêcheurs, les expéditeurs, les transformateurs et les négociants, et approfondir les relations entre ces divers acteurs. C'est la première fois que cela se produit au-delà d'un cadre purement local. C'est quelque chose d'extrêmement important.

Quel était le second facteur; l'état de la coopération?

**M. Randy Kamp:** De la concurrence.

**M. Geoff Irvine:** C'est cela, l'état de la concurrence. Cela rejoint ce que M. MacAulay disait tout à l'heure. C'est un secteur où la concurrence est acharnée et cette concurrence entraîne une dévalorisation du produit. Le rapport le dit clairement. Le secteur est ainsi structuré que, sur le marché, nous nous entretenons et nous laissons filer une part importante de valeur que nous devrions pouvoir garder au Canada.

**M. Randy Kamp:** Je vous remercie.

**Le président:** Merci, monsieur Kamp.

Monsieur Weston.

**M. John Weston (West Vancouver—Sunshine Coast—Sea to Sky Country, PCC):** Merci.

Je tiens également à féliciter notre secrétaire parlementaire du travail qu'il accomplit.

Je dois, par contre, adresser un reproche à la présidence. Cette séance du comité porte sur le homard. Le homard a actuellement du mal à trouver acheteur et qu'a-t-on inscrit au menu du déjeuner? Du thon.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. John Weston:** Quoi qu'il en soit, je voudrais, monsieur Irvine, revenir sur les observations très intéressantes que vous avez faites. Je vous remercie par ailleurs d'avoir répondu à notre invitation.

Nous parlions, plus tôt, du Maine, et de la situation qui prévaut dans cet État. Vous étiez sur le point de nous expliquer comment l'augmentation des prises de homard au large du Maine coïncide avec une baisse des prix. Le chiffre de 2,68 \$ m'est resté en tête.

Pourriez-vous, s'il vous plaît, confirmer que j'ai bien compris, et que le problème provient essentiellement de l'offre?

**M. Geoff Irvine:** Je n'ai pas le chiffre exact, mais je crois pouvoir dire que l'année dernière, le Canada a importé du Maine pour environ 200 millions de dollars de homards afin d'en assurer, au Canada, la transformation. Cela correspond à environ la moitié du homard pris par les pêcheurs du Maine.

Le homard du Maine est un élément essentiel du secteur canadien de la transformation, plus précisément au Nouveau-Brunswick, mais aussi dans plusieurs autres provinces. Le nombre de prises a tellement augmenté l'été dernier que les prix se sont effondrés. À certaines époques, le prix n'atteignait même pas 2 \$. Une grande partie de ces homards ont été importés au Canada par des entreprises de transformation, et cela a contribué à l'effondrement de notre marché.

C'est dire, donc, que le niveau de l'offre revêt une énorme importance. C'est même le facteur essentiel.

**M. John Weston:** C'est effectivement ce qu'indique votre dossier au graphique intitulé « Offre et prix du homard au Canada et aux États-Unis, 2007-2009 ».

**M. Geoff Irvine:** Effectivement.

**M. John Weston:** En ce qui concerne les mesures d'intervention que le gouvernement pourrait utilement prendre, on ne peut pas, d'après moi, agir sur l'offre.

Les demandes d'aide que vous avez formulées sont à la fois justes et sages, car parmi les mesures que le gouvernement pourrait prendre pour venir en aide à votre secteur, vous avez mis en lumière ce facteur essentiel.

●(1240)

**M. Geoff Irvine:** J'espère y être parvenu.

Non, le Conseil du homard ne demande aucunement que le gouvernement intervienne au niveau de l'offre. Les pêcheurs vont devoir gérer cela eux-mêmes. C'est à eux de le faire. Ce que nous demandons, c'est un soutien à la commercialisation, à la promotion, et à ce qui affecte la valeur marchande.

**M. John Weston:** Pour ce qui est du soutien à la promotion, j'ai, en tant que président du Groupe d'amitié parlementaire Canada-Taïwan, constaté que Taïwan ne figure pas sur la liste de vos principaux acheteurs.

Les Chinois adorent ce type de fruits de mer. Est-ce en raison de l'exiguïté de sa population, ou est-ce qu'il y a d'autres explications du fait que Taïwan ne figure pas sur cette liste?

**M. Geoff Irvine:** J'imagine que cela dépend simplement de la manière dont nous comptabilisons les ventes. La population de Taïwan est vraisemblablement prise en compte, mais elle est peut-être comptée avec la population de la Chine ou celle de Hong Kong. Je ne sais pas au juste quelle est la place de Taïwan dans tout cela, mais je suis certain qu'on y vend des quantités non négligeables.

**M. John Weston:** Bien. Vous avez piqué mon intérêt lorsque vous avez retracé l'histoire de votre conseil. Il a été créé il y a seulement trois ans, mais vous avez déjà une vue optimiste du degré de coopération auquel vos membres vont pouvoir parvenir. Est-ce parce que le fait de se retrouver devant un peloton d'exécution concentre toute l'attention, ou parce que vous avez pu cerner les raisons qui vont porter les gens à travailler de concert, ce qui permettrait d'aboutir à un meilleur avenir?

**M. Geoff Irvine:** Ils n'auraient pas, pour ce poste, pu choisir quelqu'un de plus optimiste que moi car je pense que de toute l'industrie de la pêche, c'est le poste qui pose les plus grands défis. Il est extrêmement difficile d'obtenir que les acteurs de la filière du homard acceptent de travailler ensemble. Je suis donc optimiste car les prises sont abondantes, le marché est prometteur, nous avons la possibilité de créer une marque et de faire toutes sortes de choses passionnantes. Je pense que nous allons réussir. Le mouvement en ce sens prend de l'ampleur. Cela dit je ne suis pas certain d'avoir répondu à votre question.

**M. John Weston:** Vous êtes optimiste. Vos réponses sont claires. Vous connaissez ce secteur d'activité et vous êtes manifestement la personne qu'il fallait.

Vous avez également parlé des milliers de personnes qui ne participent pas aux activités du conseil. Qu'envisagez-vous de faire pour les amener à s'y intéresser?

**M. Geoff Irvine:** Avec les crédits que le MPO nous a consentis au dernier trimestre de l'année dernière, nous avons pu engager une spécialiste de la communication. Nous avons ainsi pu doubler le nombre de nos participants et nous avons maintenant les moyens de pérenniser sa fonction.

Nous avons décidé d'augmenter et d'améliorer radicalement notre communication. Nous publions maintenant un bulletin d'information électronique. Nous avons rendu notre site Internet beaucoup plus vivant. Nous discutons chaque jour des divers moyens qui nous permettraient d'attirer encore davantage de monde au conseil.

Il s'agit, essentiellement, d'une stratégie de la communication permettant de mieux nous faire connaître au sein de l'industrie. C'est un énorme secteur d'activité, mais il est fragmenté et multilingue. Nous avons donc défini une stratégie, mais tout cela prend du temps. Des milliers de pêcheurs sont représentés par divers syndicats et diverses associations et il s'agit donc aussi de travailler en étroite collaboration avec les dirigeants de la PEIFA, de l'Union des pêcheurs des Maritimes, au Nouveau-Brunswick, et de la Grand Manan Fishermen's Association, de la FFAW, et d'obtenir qu'ils transmettent l'information. Tout cela va arriver, mais il faut chaque jour s'y appliquer.

**M. John Weston:** Vous faites pivoter...

**Le président:** Merci, monsieur Weston.

**M. John Weston:** Dix secondes?

**Le président:** Non. Votre temps est écoulé.

**M. John Weston:** Vous êtes sans pitié, mais je l'ai bien mérité, non?

**Le président:** C'est à cause de ce que vous avez dit à la présidence au sujet du homard. Soyez prudent, car, ce sera peut-être, un jour prochain, le beurre d'arachide que nous avons à étudier.

Monsieur Irvine, je tiens à vous remercier de votre exposé. J'aurais moi aussi quelques questions à vous poser. Je tiens à revenir sur quelque chose que vous avez dit en réponse à M. Weston. Selon vous, l'année dernière pour environ 200 millions de dollars de homard du Maine a été importé au Nouveau-Brunswick.

Ma question touche le montant des exportations de chaque province, dont les chiffres figurent sur la diapositive que vous nous avez montrée. C'est ainsi que, l'année dernière, les exportations du Nouveau-Brunswick auraient atteint 476 millions de dollars. Ce chiffre comprend-il les 200 millions de dollars de homard importé par cette province? S'agit-il de produits transformés? Pourriez-vous ventiler les chiffres en question? Les 200 millions dollars de homard

importé figurent-ils dans les 476 millions de dollars d'exportations dont vous avez fait état aujourd'hui?

**M. Geoff Irvine:** Bien sûr. Je précise que la plus grosse partie de ces importations arrivent d'abord au Nouveau-Brunswick, mais une partie est réexpédiée vers des usines de transformation de l'Île-du-Prince-Édouard, et une partie aussi en Nouvelle-Écosse.

Je ne dispose pas du chiffre précis, mais je dirais que la plus grosse partie reste au Nouveau-Brunswick pour y être transformée. La réponse est donc oui, le chiffre que j'ai donné pour les exportations du Nouveau-Brunswick comprend les produits de la transformation des homards importés du Maine.

● (1245)

**Le président:** Je comprends. Nous avons, dans la région de l'Atlantique, l'avantage de posséder un secteur de la transformation. Pour être tout à fait franc, c'est là qu'est, pour l'essentiel, installée l'industrie de la transformation. Le homard du Maine est importé dans nos régions de l'Atlantique pour y subir une transformation. Nous touchons donc une partie de la valeur ajoutée.

Ce que j'aimerais savoir, c'est si, dans les chiffres que vous nous avez fournis, cela est pris en compte, car ces chiffres ne correspondent pas exactement au nombre de prises et aux quantités faisant l'objet d'une transformation. Une partie de ces homards est, j'imagine, pêchée au large du Maine. Il est difficile de ne prendre en compte que ce qui est pêché au large de nos côtes.

J'en viens au fait. Je sais que cela prend un peu de temps, mais les 25 000 membres d'équipage, travailleurs d'usine et employés de soutien travaillent dans le secteur de la transformation. Ils perçoivent donc une partie de la valeur du homard importé dans nos provinces de l'Atlantique puisque c'est là, essentiellement, que sont installées les usines de transformation. Est-ce exact?

**M. Geoff Irvine:** Tout à fait. La diapositive fait ressortir les trois sommets saisonniers et j'ai tenté d'expliquer que l'importation du homard du Maine en automne nous permet de faire tourner nos usines de transformation à l'année longue, ce qui n'a pas toujours été le cas.

**Le président:** C'est ce que j'entendais préciser. En l'occurrence, l'État du Maine n'est pas l'ennemi, car il nous facilite en fait la vie, puisque les importations de homard du Maine contribuent à la survie de notre industrie de la transformation.

Je ne cherche aucunement à opposer un pays à un autre, mais vous disiez plus tôt que la faiblesse des prix du homard du Maine est à l'origine de la crise de l'année dernière. Nous savons bien où se situe le problème. Nous l'abordons de manière indirecte, mais je tiens à rappeler qu'il existe aussi, entre les diverses régions, une certaine coopération.

**M. Geoff Irvine:** Tout à fait, et nombreux sont ceux qui pensent que nous devrions collaborer avec le Maine dans le domaine de la commercialisation. Tous ces homards sont des *Homarus americanus*, car c'est la même espèce que nous pêchons tous. Nos prises sont à peu près équivalentes, mais jusqu'ici, nous avons hésité. D'après nous, c'est le Canada qu'il nous faut mettre en valeur, mais nous collaborons habituellement avec les gens du Maine. Je m'entretiens régulièrement avec eux. Il y a entre nous de nombreux liens et, comme nous le savons tous, le homard franchit la frontière dans les deux sens.

**Le président:** Je suis content de vous l'entendre dire, car c'est bien ce que je pensais. Avons-nous intérêt à collaborer avec les gens du Maine? Comme vous le disiez tout à l'heure, dans le Maine, la pêche au homard fait l'objet d'un prélèvement...

**M. Geoff Irvine:** Dans peu de temps.

**Le président:** ... ou va dans peu de temps faire l'objet d'un prélèvement. Le Conseil du homard a-t-il intérêt à travailler de concert avec l'État du Maine, étant donné qu'à l'échelle mondiale on nous voit comme appartenant à une même zone? Je sais qu'il y a la frontière, mais le homard ignore les frontières.

C'est, de ma part, une simple observation et non pas une critique. Je tiens, pour terminer, à vous féliciter du travail que vous avez accompli. Vous nous avez fourni un volume impressionnant de données et, comme M. Weston le disait tout à l'heure, il est extrêmement difficile d'amener l'ensemble de ces groupes à oeuvrer de concert afin d'atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés.

Nous savons quelque chose du fonctionnement de votre secteur d'activité et nous savons que votre tâche n'est pas facile. Je tiens à vous féliciter, et surtout à vous encourager à continuer, car je pense que vous oeuvrez dans le bon sens. Certaines des informations que vous nous avez fournies mettent en lumière les possibilités qui s'offrent à l'industrie du homard.

Vous nous avez précisé le montant des exportations et les pays destinataires. Je constate, au cours des quelques dernières années, une augmentation des exportations vers certains marchés d'Asie. Si nous parvenons à nous développer sur ces marchés, nos produits gagneront en même temps en valeur sur les autres marchés. Il y a un moyen d'atteindre nos objectifs et c'est ce que je souhaite rappeler. Encore une fois, je tiens à vous féliciter car je reconnais la valeur de vos initiatives.

Merci, monsieur Irvine, d'avoir répondu à notre invitation et d'avoir fourni au comité cet ensemble de données. Cela va nous être très utile.

Y a-t-il autre chose?

Monsieur MacAulay.

**L'hon. Lawrence MacAulay:** Oui, monsieur le président, afin que nous sachions ce que le comité va faire compte tenu de ce que nous avons entendu aujourd'hui. Allons-nous convoquer d'autres témoins?

Je suis déçu. M. Allen hoche la tête.

● (1250)

**Le président:** Monsieur MacAulay, vous avez posé une question. Le comité avait adopté une motion proposant que nous auditionnions M. Irvine, ce que nous avons fait aujourd'hui. Nous n'avons pas proposé d'aller au-delà de ça, ou pris de décisions à cet égard.

Je ne suis pas certain de bien saisir le sens de votre question. Souhaitez-vous obtenir des précisions supplémentaires. Est-ce de cela qu'il s'agit? Nous avons, à de nombreuses reprises, rappelé que le comité est maître de son ordre du jour et je vous demande donc, à vous et aux autres membres du comité, comment il convient que nous procédions.

Monsieur Woodworth.

**M. Stephen Woodworth:** Je crois que nous avons fini de recueillir les témoignages et que nous passons maintenant à des questions intéressant les travaux du comité. M. Irvine souhaite peut-être demeurer ici et nous écouter, mais je pense qu'il conviendrait au moins de lui donner la possibilité de partir si c'est cela qu'il souhaite faire. Je ne sais pas si nous lui avons correctement présenté les remerciements du comité.

**Le président:** J'ose croire que nous l'avons remercié correctement. Merci, monsieur Woodworth.

Vous proposez, j'imagine, que le comité poursuive à huis clos.

**M. Stephen Woodworth:** C'est effectivement ce que je propose.

**Le président:** Messieurs et mesdames les membres du comité, une motion est présentée. M. Woodworth propose en effet que le comité poursuive à huis clos.

Tous ceux qui sont en faveur? Tous ceux qui sont contre?

**M. Jean-François Larose:** Puis-je demander que l'on procède à un vote par appel nominal?

**Le président:** Vous le pouvez, effectivement.

(La motion est adoptée par 6 voix contre 5.)

**Le président:** La séance est suspendue pour quelques instants afin de poursuivre à huis clos.

(La séance se poursuit à huis clos.)





Publié en conformité de l'autorité  
du Président de la Chambre des communes

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

---

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of  
the House of Commons

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

---

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>