

SENATE



SÉNAT

CANADA

First Session
Forty-first Parliament, 2011-12

Première session de la
quarante et unième législature, 2011-2012

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent des*

FISHERIES AND OCEANS

PÊCHES ET DES OCÉANS

Chair:

The Honourable FABIAN MANNING

Président :

L'honorable FABIAN MANNING

Tuesday, November 6, 2012
Tuesday, November 20, 2012
Tuesday, November 27, 2012

Le mardi 6 novembre 2012
Le mardi 20 novembre 2012
Le mardi 27 novembre 2012

Issue No. 11

Fascicule n° 11

Sixth, seventh and eighth meetings on:

The study on the lobster fishery
in Atlantic Canada and Quebec

Sixième, septième et huitième réunions concernant :

L'étude de la pêche au homard
au Canada atlantique et au Québec

WITNESSES:
(See back cover)

TÉMOINS :
(Voir à l'endos)

STANDING SENATE COMMITTEE
ON FISHERIES AND OCEANS

The Honourable Fabian Manning, *Chair*

The Honourable Elizabeth Hubley, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Cowan (or Tardif) Harb Hubley	McInnis Munson Oliver Poirier
* LeBreton, P.C. (or Carignan) Lovelace Nicholas MacDonald	Raine Unger Watt

*Ex officio members

(Quorum 4)

Changes in membership of the committee:

Pursuant to rule 12-5, membership of the committee was amended as follows:

The Honourable Senator Harb replaced the Honourable Senator Cordy (*November 21, 2012*).

The Honourable Senator Hubley replaced the Honourable Senator Chaput (*November 21, 2012*).

The Honourable Senator Poirier replaced the Honourable Senator Enverga (*November 21, 2012*).

The Honourable Senator Unger replaced the Honourable Senator Greene (*November 21, 2012*).

The Honourable Senator Greene replaced the Honourable Senator Unger (*November 20, 2012*).

The Honourable Senator Chaput replaced the Honourable Senator Hubley (*November 20, 2012*).

The Honourable Senator Cordy replaced the Honourable Senator Harb (*November 20, 2012*).

The Honourable Senator Enverga replaced the Honourable Senator Poirier (*November 20, 2012*).

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT
DES PÊCHES ET DES OCÉANS

Président : L'honorable Fabian Manning

Vice-présidente : L'honorable Elizabeth Hubley

et

Les honorables sénateurs :

* Cowan (ou Tardif) Harb Hubley	McInnis Munson Oliver Poirier
* LeBreton, C.P. (ou Carignan) Lovelace Nicholas MacDonald	Raine Unger Watt

* Membres d'office

(Quorum 4)

Modifications de la composition du comité :

Conformément à l'article 12-5 du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

L'honorable sénateur Harb a remplacé l'honorable sénateur Cordy (*le 21 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Hubley a remplacé l'honorable sénateur Chaput (*le 21 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Poirier a remplacé l'honorable sénateur Enverga (*le 21 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Unger a remplacé l'honorable sénateur Greene (*le 21 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Greene a remplacé l'honorable sénateur Unger (*le 20 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Chaput a remplacé l'honorable sénateur Hubley (*le 20 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Cordy a remplacé l'honorable sénateur Harb (*le 20 novembre 2012*).

L'honorable sénateur Enverga a remplacé l'honorable sénateur Poirier (*le 20 novembre 2012*).

MINUTES OF PROCEEDINGS

OTTAWA, Tuesday, November 6, 2012
(27)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met this day at 5:15 p.m., in room 9, Victoria Building, the chair, the Honourable Fabian Manning, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Harb, Hubley, MacDonald, Manning, McInnis, Poirier, Raine, Unger and Watt (9).

In attendance: Odette Madore, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also present: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, March 8, 2012, the committee continued to examine issues relating to the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6.*)

WITNESSES:

Lobster Council of Canada:

Leonard Leblanc, Chairman;

Stewart Lamont, Managing Director, Tangier Lobster Company Limited;

Geoff Irvine, Executive Director.

Messrs. Irvine, Lamont and Leblanc each made a statement and answered questions.

At 7:07 p.m., the committee suspended.

At 7:13 p.m. pursuant to rule 12-16(1)(d), the committee resumed in camera, to consider a draft agenda (future business).

At 7:30 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, November 20, 2012
(28)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met this day at 5:40 p.m., in room 9, Victoria Building, the chair, the Honourable Fabian Manning, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Chaput, Cordy, Enverga, Greene, MacDonald, Manning, McInnis, Oliver, Raine and Watt (10).

PROCÈS-VERBAUX

OTTAWA, le mardi 6 novembre 2012
(27)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 17 h 15, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Fabian Manning (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Harb, Hubley, MacDonald, Manning, McInnis, Poirier, Raine, Unger et Watt (9).

Également présente : Odette Madore, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 8 mars 2012, le comité poursuit son examen des questions relatives à la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 6 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

Conseil canadien du homard :

Leonard Leblanc, président;

Stewart Lamont, directeur principal, Tangier Lobster Company Limited;

Geoff Irvine, directeur exécutif.

MM. Irvine, Lamont et Leblanc font chacun une déclaration, puis répondent aux questions.

À 19 h 7, la séance est suspendue.

À 19 h 13, conformément à l'article 12-16(1)(d) du Règlement, la séance se poursuit à huis clos pour étudier un projet d'ordre du jour (travaux futurs).

À 19 h 30, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 20 novembre 2012
(28)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 17 h 40, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Fabian Manning (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Chaput, Cordy, Enverga, Greene, MacDonald, Manning, McInnis, Oliver, Raine et Watt (10).

In attendance: Odette Madore, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

Also present: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, March 8, 2012, the committee continued to examine issues relating to the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6.*)

WITNESS:

Gardner Pinfold Consultants Inc.:

Michael Gardner, President.

Mr. Gardner made a statement and answered questions.

At 6:55 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

OTTAWA, Tuesday, November 27, 2012
(29)

[English]

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met this day at 5:10 p.m., in room 9, Victoria Building, the chair, the Honourable Fabian Manning, presiding.

Members of the committee present: The Honourable Senators Harb, Hubley, MacDonald, Manning, McInnis, Oliver, Poirier, Raine, Unger and Watt (10).

In attendance: Odette Madore, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament; and Mona Ishack, Communications Officer; Communications Directorate of the Senate.

Also present: The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, March 8, 2012, the committee continued to examine issues relating to the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 6.*)

WITNESSES:

Atlantic Canada Opportunities Agency:

Daryell Nowlan, Acting Senior Vice-President;

Wade AuCoin, Director General, Community Development.

Mr. Nowlan and Mr. AuCoin each made a statement and, together, answered questions.

At 7 p.m., the committee suspended.

Également présente : Odette Madore, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 8 mars 2012, le comité poursuit son examen des questions relatives à la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 6 des délibérations du comité.*)

TÉMOIN :

Gardner Pinfold Consultants Inc. :

Michael Gardner, président.

M. Gardner fait une déclaration, puis répond aux questions.

À 18 h 55, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

OTTAWA, le mardi 27 novembre 2012
(29)

[Traduction]

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 17 h 10, dans la salle 9 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Fabian Manning (*président*).

Membres du comité présents : Les honorables sénateurs Harb, Hubley, MacDonald, Manning, McInnis, Oliver, Poirier, Raine, Unger et Watt (10).

Également présentes : Odette Madore, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement; et Mona Ishack, agente de communications, Direction des communications du Sénat.

Aussi présents : Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 8 mars 2012, le comité poursuit son examen des questions relatives à la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 6 des délibérations du comité.*)

TÉMOINS :

Agence de promotion économique du Canada atlantique :

Daryell Nowlan, vice-président principal par intérim;

Wade AuCoin, directeur général, Développement des collectivités.

MM. Nowlan et AuCoin font chacun une déclaration puis, ensemble, répondent aux questions.

À 19 heures, la séance est suspendue.

At 7:02 p.m. pursuant to rule 12-16(1)(d), the committee resumed in camera to consider a draft agenda (future business).

At 7:15 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

ATTEST:

À 19 h 2, conformément à l'article 12-16(1)(d) du Règlement, la séance se poursuit à huis clos pour étudier un projet d'ordre du jour (travaux futurs).

À 19 h 15, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ :

La greffière du comité,

Danielle Labonté

Clerk of the committee

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, November 6, 2012

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met this day at 5:15 p.m. to study the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec.

Senator Fabian Manning (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: I am pleased to welcome you this evening to the meeting of the Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans. My name is Fabian Manning. I am a senator from Newfoundland and Labrador, and I am the chair of the committee.

Before I ask the witnesses to introduce themselves and make their opening remarks, I will take a moment for the benefit of our witnesses here to have each senator introduce himself or herself individually and tell you where they are from to get a picture of what we have to deal with here.

Senator Raine: I am Senator Nancy Greene Raine, from the interior of British Columbia.

Senator Unger: Betty Unger, from Edmonton Alberta.

Senator McInnis: I am senator Tom McInnis from the eastern shore of Nova Scotia.

Senator Harb: Senator Harb, from Ontario.

Senator Hubley: Senator Hubley, Prince Edward Island.

Senator Poirier: Senator Rose-May Poirier from the east coast of New Brunswick.

The Chair: We have several other senators that make up the rest of our committee. They could be tied up in other meetings and may join us later. When they get here, we will make sure they have the opportunity to introduce themselves.

The committee is continuing its study of the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec. We are pleased today to hear from representatives from the Lobster Council of Canada. We started our study last week and heard from members of the Department of Fisheries and Oceans. We are delighted that you three gentlemen have taken the time to join us here this evening. On behalf of the committee, we thank you and welcome you here.

I understand that each of you has opening remarks you would like to make. The process is straightforward. We give you the opportunity to make some opening remarks and tell us about yourselves and your involvement, and then we open the floor to questions from senators here.

With that, I would like you to introduce yourselves first and then begin your opening remarks.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 6 novembre 2012

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 17 h 15 pour étudier la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec.

Le sénateur Fabian Manning (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le président : Je suis heureux de vous accueillir ce soir à l'occasion de la réunion du Comité sénatorial permanent des pêches et des océans. Je m'appelle Fabian Manning. Je viens de Terre-Neuve-et-Labrador et je préside le comité.

Avant de demander aux témoins de se présenter et de faire leur déclaration préliminaire, je demanderais à tous les sénateurs de se présenter aux témoins et de leur dire d'où ils viennent afin qu'ils se fassent une idée de la composition du comité.

Le sénateur Raine : Je suis le sénateur Nancy Greene Raine, et je viens de l'intérieur de la Colombie-Britannique.

Le sénateur Unger : Je suis Betty Unger, d'Edmonton, en Alberta.

Le sénateur McInnis : Je suis le sénateur Tom McInnis et je viens de la côte est de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Harb : Je suis le sénateur Harb, de l'Ontario.

Le sénateur Hubley : Je suis le sénateur Hubley, de l'Île-du-Prince-Édouard.

Le sénateur Poirier : Je suis le sénateur Rose-May Poirier, de la côte est du Nouveau-Brunswick.

Le président : Il y a plusieurs autres sénateurs qui siègent au comité. Il est possible qu'ils participent actuellement à d'autres réunions et qu'ils se joignent à nous plus tard. Nous leur demanderons assurément de se présenter à leur arrivée.

Le comité poursuit son étude de la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec. Nous sommes heureux d'accueillir aujourd'hui des représentants du Conseil canadien du homard. Nous avons amorcé notre étude la semaine dernière et entendu les observations de représentants du ministère des Pêches et des Océans. Nous sommes ravis du temps que vous nous accordez ce soir, messieurs. Au nom du comité, je vous remercie et je vous souhaite la bienvenue.

Je crois savoir que chacun d'entre vous souhaite faire une déclaration préliminaire. Le processus est simple. Nous vous donnons l'occasion d'en faire une et de nous parler de vous-même et de vos activités, puis les membres du comité vous posent des questions.

Sur ces mots, j'aimerais que vous vous présentiez et que vous fassiez votre déclaration préliminaire.

Geoff Irvine, Executive Director, Lobster Council of Canada:

Thank you very much for having us. My name is Geoff Irvine. I am the Executive Director of the Lobster Council of Canada. I grew up in Digby, Nova Scotia. I have worked in the seafood industry for 20 years in many different fields. I am delighted to be here.

Leonard Leblanc, Chairman, Lobster Council of Canada:

Senators, thank you very much for having us appear before you. As the chair mentioned, my name is Leonard Leblanc. I am a French-speaking Acadian from my village of Chéticamp on the western side of Cape Breton. As I say to everyone I meet, come and visit us and we will take your money. We are easy.

I am a harvester. I have been fishing nearly all my life, for 36 years now. I am quite familiar with the subject we will be discussing tonight.

Stewart Lamont, Managing Director, Tangier Lobster Company Limited, Lobster Council of Canada: Good evening, senators. My name is Stewart Lamont. I am the managing director of Tangier Lobster Company. We are located on the eastern shore of Nova Scotia. We are a live lobster exporter. Internationally, we ship to 18 countries around the world. I hope to bring a marketing perspective to our discussions this evening.

The Chair: Thank you very much. Whoever wants to start can begin.

Mr. Irvine: As the only paid person on this panel here, it is my job to start.

We will talk tonight about the challenges but also about the opportunities facing the lobster industry in Canada. We look at it both ways every day. I am going to read this because I have prepared it, so bear with me.

As you are all very much aware, the lobster industry is unlike any other seafood sector in Canada and therefore faces quite different challenges and solutions. This industry involves over 9,500 people like Mr. Leblanc, fishing from their own boat from their home port in five provinces with 41 lobster fishing areas in four DFO regions. The fishery is one of the most important economic drivers in Eastern Canada, as we all know, and was last year, in 2011, a \$1-billion export industry for export value.

The export activity involves sales to retail and food service customers in over 60 countries, although our main focus is in about 15 countries, which is where the bulk of the exports go, where we sell hundreds of different types of lobster products, including live products. Live shipping and processing companies involved in this export come in all shapes and sizes, from large

Geoff Irvine, directeur exécutif, Conseil canadien du homard :

Merci beaucoup de nous accueillir. Je m'appelle Geoff Irvine. Je suis directeur exécutif du Conseil canadien du homard. J'ai grandi à Digby, en Nouvelle-Écosse. Je compte 20 années d'expérience dans l'industrie des fruits de mer, et ce, dans de nombreux secteurs. Je suis ravi d'être ici.

Leonard Leblanc, président, Conseil canadien du homard :

Mesdames et messieurs les sénateurs, je vous remercie beaucoup de nous avoir invités à comparaître devant vous. Comme l'a dit le président du comité, je m'appelle Leonard Leblanc. Je suis un Acadien francophone et je viens du village de Chéticamp, qui est situé sur la rive est du Cap-Breton. Comme je le dis à tout le monde que je rencontre, venez nous voir, et nous prendrons volontiers votre argent. Nous ne sommes pas difficiles.

Je suis un pêcheur. J'ai pêché presque toute ma vie : j'exerce ce métier depuis 36 ans. Je maîtrise assez bien le sujet à l'ordre du jour.

Stewart Lamont, directeur principal, Tangier Lobster Company Limited, Conseil canadien du homard : Mesdames et messieurs les sénateurs, bonsoir. Je m'appelle Stewart Lamont. Je suis directeur général de la Tangier Lobster Company. Nous sommes situés sur la rive est de la Nouvelle-Écosse. Nous exportons du homard vivant. Nous vendons nos produits dans 18 pays. J'espère fournir un apport à la discussion de ce soir sur le plan de la commercialisation.

Le président : Merci beaucoup. Je vous laisse déterminer qui prendra la parole en premier.

M. Irvine : Comme je suis la seule personne du groupe à toucher un salaire, c'est à moi qu'il revient de commencer.

Ce soir, nous allons parler non seulement des difficultés, mais aussi des possibilités auxquelles fait face l'industrie du homard au Canada. Nous examinons chaque jour les deux côtés de la médaille. Je vais lire la déclaration que j'ai préparée; je vous demande de faire preuve d'indulgence.

Comme vous le savez fort bien, l'industrie du homard diffère de toutes les autres industries du secteur des fruits de mer au Canada et fait donc face à un lot de problèmes et de solutions très particulier. L'industrie compte plus de 9 500 travailleurs comme M. Leblanc qui pêchent de leur propre bateau au large de leur port d'attache, dans une des cinq provinces abritant au total 41 zones de pêche réparties dans quatre régions délimitées par le MPO. Cette pêche est un des principaux moteurs économiques de l'Est du Canada, comme nous le savons tous, et la valeur des exportations de cette industrie s'est chiffrée à 1 milliard de dollars en 2011.

Nos produits — vendus au détail ou à l'industrie de la restauration — sont exportés dans plus de 60 pays — bien que nos activités soient concentrées dans une quinzaine d'entre eux —, qui constituent nos principaux acheteurs, où nous vendons des centaines de produits du homard différents, y compris des homards vivants. Les entreprises de transformation et d'expédition de

corporations to small family businesses. We have a large system of shore buyers and dealers that assist to bring the product from the harvester to the live shippers and the processors.

From Chandler to Meteghan, Grand Manan to Green Island Cove in Newfoundland and every coastal community in between, the lobster sector truly drives rural economic activity in Eastern Canada. As we like to say, it is as common as asking about the weather or what you are doing this weekend to say, “What are the lobster prices like today?” It is a very common thing in Eastern Canada, as many of you know.

There have been many studies and extensive research conducted in the last six years looking at the industry challenges and solutions. We have been involved in some of them in the last few years. I have provided some graphs and a number of illustrations to the committee to highlight some of these challenges and realities for further discussion. We are truly facing a perfect storm in the lobster industry, with our strong dollar, our increasing volumes of landed product, the warming of the oceans and the continuing global recession that has kept demand for our products weak, at pre-recession levels. It is a challenge.

It is within these realities and challenges that the Lobster Council of Canada was established. We were established to take on these challenges and we began operations in early 2010. I was the first and only employee. Our initial funding was provided by the five eastern provinces and DFO and has now evolved with an industry membership dues program replacing the DFO portion. Last year, this fiscal year, we raised \$50,000 from the industry to augment the money from the provinces.

We are looking at options to facilitate a check-off system or dues program to replace all of this. We are working on that right now, and in the interim we are working with the provinces and the industry to continue the current funding program. We also work closely with Agriculture and Agri-Food Canada on funding options for some upcoming projects, which I will talk about more in a moment, involving quality standards and branding. We have worked closely over many years with ACOA, ECBC and Agriculture and Agri-Food Canada.

At the end of the day, we need to find a way to secure core funding from within the industry that is fair and equitable to all participants. We are confident we can do that because we are building support on a daily basis.

homards vivants qui exportent à l'étranger prennent diverses formes et diverses tailles : il peut s'agir autant de grandes sociétés que de petites entreprises familiales. Nous disposons au pays d'un vaste système d'acheteurs et de négociants qui nous aident à acheminer les produits des pêcheurs vers les expéditeurs de homards vivants et les usines de transformation.

De Chandler à Meteghan et de Grand Manan à Green Island Cove à Terre-Neuve, en passant par toutes les autres localités côtières de la région, le secteur du homard représente un véritable pilier de l'économie rurale de l'Est du Canada. Comme nous nous plaisons à le dire, il est aussi courant pour nous de parler du temps qu'il fait ou de se questionner sur ses projets pour la fin de semaine que de se demander quel est le prix du homard aujourd'hui. Comme nombre d'entre vous le savent, il s'agit d'un sujet de conversation très courant dans l'Est du Canada.

Au cours des six dernières années, on a mené bien des études et des travaux de recherche approfondis concernant les difficultés que connaît l'industrie ainsi que les solutions possibles. Nous avons nous-mêmes participé à certaines d'entre elles ces dernières années. Le mémoire que nous avons présenté au comité contient, à des fins de discussion, plusieurs tableaux et illustrations visant à mettre en relief certaines difficultés et réalités propres à l'industrie. L'industrie du homard est vraiment confrontée à une tempête parfaite, vu notre dollar fort, nos volumes croissants de produits débarqués, le réchauffement des océans et l'actuelle récession mondiale qui a maintenu la demande de homards à de faibles niveaux, c'est-à-dire ceux d'avant la récession. C'est un problème.

C'est dans ce contexte que le Conseil canadien du homard a été créé. Il a été mis sur pied pour s'attaquer à ces problèmes et a amorcé ses activités au début de 2010. J'étais le premier et le seul employé. Nos fonds initiaux nous ont été octroyés par les cinq provinces de l'Est et le MPO, et le financement du ministère a maintenant été remplacé par un programme de cotisation des membres de l'industrie. L'an dernier — au cours du présent exercice —, nous avons recueilli 50 000 \$ de l'industrie pour bonifier le financement accordé par les provinces.

Nous examinons des pistes de solution en vue de remplacer tout cela par un système de contributions ou un programme de cotisations. Nous déployons des efforts à cette fin en ce moment même, et, d'ici là, nous travaillons avec les provinces et l'industrie en vue de maintenir le programme de financement actuel. Nous travaillons également en étroite collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada concernant les possibilités de financement relatives à certains projets à venir — dont je parlerai plus en détail dans un moment — qui sont liés aux normes de qualité et à la stratégie de marque. Nous travaillons de concert avec l'APECA, la SEBC et Agriculture et Agroalimentaire Canada depuis de nombreuses années.

Au bout du compte, nous devons trouver un moyen d'assurer un financement de base provenant de l'industrie elle-même qui serait juste et équitable pour tous les participants. Nous sommes convaincus de pouvoir y arriver, car nous gagnons chaque jour de nouveaux appuis.

The council is made up of members from all harvester groups, representatives from the live shipping and processing sectors, shore dealers and First Nation communities. The provinces and federal government sit at our table, as well as representatives from Agriculture and Agri-Food Canada and DFO. We have a board of directors that is appointed. Mr. Leblanc is our president and chairman, and Mr. Lamont is our treasurer. Our board of directors is broken down among harvesters, live shippers and processors. It is 50-50, so it is unique in the industry for that. Also, we have an executive that manages day-to-day activities.

We do not have any legislative or authoritative powers. We must lead and show the way for proof of concept for the things we do. We trust and hope others will follow, and they are. These issues are complex, and we are working on them together.

To talk quickly about our day-to-day activities, they basically come under about six different headings. The chief thing we try to do is promote Canadian lobster. That is what we were set up to do. We do that by working with federal and provincial funding partners to do events with chefs, journalists, culinary students and consumers.

We also work almost on a daily basis on things that have to do with the structure of the industry. My friends will speak more about the challenges we face. Many of them are structural in nature. We have a credible product, we have a great reputation in the industry, we have bountiful landings, but we have a hard time making money. That is something we will talk about later.

With respect to market access, we are faced nearly every day with a new market access challenge, whether it is animal husbandry problems or concerns in Germany and Austria, to recent challenges in Sweden, to other challenges in the Far East. We constantly have to manage those types of market access issues: traceability, eco-certification, and all of these things that are challenging us on a day-to-day basis.

This is an industry of 10,000 harvesters and thousands of private companies that love to work on their own, independently, in silos. We try to break down those barriers and communicate and spread information as best we can, within the industry and then out to our customers all around the world.

We work on projects for the industry: processing technology, traceability. Things like this we do for the benefit of the whole industry, and we drive that from our office.

Le conseil est composé de membres de tous les groupes de pêcheurs, de représentants des secteurs de la transformation et de l'expédition de homards vivants, de négociants nationaux et de communautés Autochtones. Les gouvernements provinciaux et fédéral siègent également à notre table, de même que des représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et de Pêches et Océans Canada. Nous sommes dotés d'un conseil d'administration. M. Leblanc en est le président, et M. Lamont, le trésorier. Le conseil d'administration compte aussi des pêcheurs, des expéditeurs de homards vivants et des transformateurs. Les deux groupes sont également représentés, ce qui est unique au sein de l'industrie. Il y a aussi un directeur exécutif qui gère les activités quotidiennes.

Nous n'avons pas de pouvoir législatif, et nos décisions n'ont pas force exécutoire. Nous devons ouvrir la voie et prêcher par l'exemple en prouvant le bien-fondé de nos gestes. Nous croyons et espérons que les autres nous emboîteront le pas, et c'est ce qu'ils font. Nous faisons face à des problèmes complexes et nous travaillons ensemble en vue de les régler.

Je vais vous parler brièvement de nos activités quotidiennes. Elles sont essentiellement regroupées dans six catégories distinctes. Notre principal objectif est de promouvoir le homard canadien. C'est à cette fin que le conseil a été créé. Nous réalisons notre mandat en travaillant de concert avec nos partenaires financiers fédéraux et provinciaux afin d'organiser des événements auxquels participent des chefs, des journalistes, des étudiants en arts culinaires et des consommateurs.

De plus, presque tous les jours, nous menons des activités qui ont trait à la structure de l'industrie. Mes amis vous parleront plus en détail des difficultés auxquelles nous sommes confrontés. Nombre d'entre elles sont de nature structurelle. Nous avons un produit qui inspire confiance, nous jouissons d'une excellente réputation dans l'industrie et nous réalisons des débarquements abondants, mais nous avons de la difficulté à faire des profits. Nous reviendrons là-dessus plus tard.

En ce qui concerne l'accès aux marchés — qu'il soit question de problèmes liés à l'élevage, de préoccupations touchant l'Allemagne et l'Autriche, des difficultés récentes survenues en Suède ou d'autres difficultés que nous avons connues en Extrême-Orient —, les obstacles font quasiment partie du quotidien. Nous devons constamment gérer ce genre de problèmes liés à l'accès aux marchés et qui ont trait à la traçabilité, à l'écocertification et à tous les autres éléments qui compliquent nos activités quotidiennes.

Notre industrie compte quelque 10 000 pêcheurs et des milliers d'entreprises privées qui adorent travailler de façon autonome, indépendante et cloisonnée. Nous essayons de surmonter ces obstacles et de communiquer et de transmettre l'information la mieux possible au sein de l'industrie, puis à nos clients de tous les coins du monde.

Nous menons pour l'industrie divers projets touchant notamment les techniques de transformation et la traçabilité. Nous faisons des choses du genre pour assurer la prospérité de l'ensemble de l'industrie, et nous dirigeons ces initiatives de nos bureaux.

That brings me to the two main focuses of our work today. Three weeks ago, in Chéticamp, we held our fall meetings and we decided to focus on the industry response to the challenges on branding and quality standards. I hope we can talk more about that with you tonight. That is our focus. Three pillars came out of the long-term value strategy study: quality, brand and price. We have reached good industry consensus to focus on quality and branding. We are beginning outreach to the industry to ensure that we follow up those projects correctly and in the best way possible.

I think that is about all the time I have. I will defer now to my friend Mr. Lamont.

Mr. Lamont: As the marketer in the group, I would like to take the opportunity to remind myself, and also to remind you, that lobster is a world-class product. Canadian lobster sits well in the international marketplace, as well as anything you can imagine. I consider myself very fortunate to have spent over 30 years now marketing lobster internationally. I might have been selling swampland in Florida, but I am marketing Canadian lobster. It is a glorious product. It has gone through a bit of a difficult period lately, but it is a product that is widely respected and internationally well received.

Our resource is in incredibly good shape. The Canadian catch — along with the American catch, for that matter — has increased dramatically in the last three to four years. We have increased that catch by 35 or 40 per cent. We are marketing more lobster into a more challenging international marketplace. Lobster is often considered a celebration food, and you might argue that internationally there has not been all that much to celebrate recently. Southern Europe, which is in a perilous condition nowadays, and the United States, which continues to have its economic challenges, are both difficult or more challenging markets today for Canadian lobster than they used to be.

Someone broke into my office in 2008 and stole the exchange rate that we used to be able to rely upon. We had a business model in our industry that was based on a 35 to 50 per cent exchange dynamic with the United States dollar. That made life quite easy. Unfortunately, I think as an industry we relied on that too far and to too great an extent.

I could pay Mr. Leblanc, who is a harvester, \$6 per pound Canadian; I could sell his lobster for US\$5.25; and I could achieve a 15 or 20 or 25 per cent gross margin. Nothing could be easier. Post-2008, not only do we have declining international markets in some instances, but we have a par dollar, plus or minus 3 per cent.

Cela m'amène à parler des deux principaux aspects du travail que nous réalisons aujourd'hui. Il y a trois semaines, à Chéticamp, nous avons tenu nos réunions automnales et décidé de nous concentrer sur la réaction de l'industrie aux difficultés liées à la stratégie de marque et sur les normes de qualité. J'espère que nous pourrions aborder ces points plus en détail avec vous ce soir. Voilà nos priorités. Il y a trois composantes fondamentales qui ont été cernées dans l'étude de la stratégie concernant la valeur à long terme : la qualité, l'image de marque et le prix. Une bonne majorité de membres de l'industrie ont convenu d'axer les efforts sur la qualité et la stratégie de marque. Nous amorçons actuellement des consultations avec des représentants de l'industrie en vue d'assurer un suivi adéquat et optimal de ces projets.

Je pense que c'est à peu près tout le temps que j'avais. Je vais maintenant céder la parole à mon ami, M. Lamont.

M. Lamont : À titre de responsable de la commercialisation, j'aimerais profiter de l'occasion pour vous rappeler — ainsi qu'à moi-même — que le homard est un produit de calibre mondial. Le homard canadien occupe une place de choix sur le marché international. Il se compare favorablement à tout ce que vous pouvez imaginer. Je m'estime très chanceux d'avoir passé plus de 30 ans à commercialiser le homard à l'échelle internationale. J'aurais pu vendre des terres marécageuses en Floride, mais plutôt, je commercialise le homard canadien. C'est un produit réputé. Il traverse une période un peu difficile depuis quelque temps, mais il est hautement respecté et bien reçu à l'étranger.

Notre ressource se porte à merveille. Les prises canadiennes — tout comme les prises américaines, d'ailleurs — ont connu une augmentation spectaculaire au cours des trois ou quatre dernières années. Nous avons accru les prises de 35 ou 40 p. 100. Nous commercialisons plus de homards sur un marché international plus difficile. Le homard est souvent considéré comme un aliment à servir dans les grandes occasions, et on pourrait dire qu'il n'y a pas eu beaucoup d'occasions de célébrer récemment à l'échelle internationale. L'Europe du Sud, qui se trouve dans une situation périlleuse de nos jours, et les États-Unis, qui continuent d'être aux prises avec des problèmes économiques, représentent tous deux pour le homard canadien des marchés difficiles ou, du moins, plus complexes qu'auparavant.

En 2008, quelqu'un s'est introduit dans mon bureau et a volé le taux de change sur lequel nous nous étions fiés par le passé. Nous avions dans l'industrie un modèle d'affaires fondé sur une différence de valeur de 35 à 50 p. 100 entre les devises canadienne et américaine. Cela nous rendait la vie assez facile. Malheureusement, je pense que l'industrie a trop compté là-dessus.

Je pouvais acheter le homard de M. Leblanc, qui est pêcheur, à 6 \$ CAN la livre; je pouvais le vendre 5,25 \$ US et réaliser un profit brut de 15 à 25 p. 100. C'était un jeu d'enfant. Après 2008, non seulement certains marchés internationaux ont affiché une baisse, mais le dollar canadien a atteint la parité avec le dollar américain, à 3 p. 100 près.

What our industry is facing more than anything else — and I do not think we give this aspect sufficient attention — is that we are trying to replace that 35 to 50 per cent value for the sector that disappeared in 2008. We are not the only sector that has that challenge. Every Canadian commodity group has a similar challenge with the exchange and what has transpired. Nevertheless, it is important to draw that to your attention.

I take a glass-half-full approach to this industry. We have our challenges in southern Europe and the United States, but we have huge potential in the Asian markets, in particular. We have always been strong in the live lobster sector in Europe, but the Asian opportunity is growing all the time. We have 1.3 billion Chinese. Generalizations are unfortunate, but generally that market loves seafood, and in particular it loves shellfish.

The stars have lined up for us to do an increasingly good job in Asia, and China in particular, to introduce and consolidate our gains in that global market. We do have a premium product that they want. More and more Chinese are moving to urban settings. They have greater disposable income. We have better and better logistics to get the product from Canada to China. We have a Chinese audience that now can go online. They can watch CNN on a nightly basis. I have a 14-year-old niece who lives in Beijing, and there is nothing she lacks in Beijing that she would have in Toronto, Montreal or New York. She has access to the best of the West, as anyone else might have. She is aware, as are many people living in Asia today, that Canadian lobster is a premium product.

As Mr. Irvine has suggested, we are searching to put value back in our sector, and it is based on quality and branding. Our Canadian-quality lobster is demonstrably superior to American lobster, and that is our great competition. However, American lobster is significantly less expensive. The harvesters are given a much lower price, it is sold at lower prices through the market, and they have very good air freight logistics from Boston or New York to Europe or Asia on essentially an overnight basis.

Therefore, we have to demonstrate our quality. Our quality is a superb hard-shell lobster, a fine dining experience because the meat content of that lobster is greater, and a survivable lobster, both in terms of air freight internationally and air freight on location in Europe or Asia. We have to build those quality components into a program that will allow us to objectively say, “Our lobster is better.” We have to combine that with a branding program. The Canadian brand is an underutilized asset. An assessment made a week ago found that the Canadian brand is the second strongest brand anywhere in the world, second at this moment only to

Le principal défi que doit relever notre industrie — et je ne pense pas qu'on accorde assez d'attention à cet aspect —, c'est le fait de remplacer la valeur additionnelle de 35 à 50 p. 100 qui a disparu en 2008. Nous ne sommes pas le seul secteur aux prises avec ce problème. Chaque groupe de producteurs canadiens se trouve dans une situation semblable à cause des fluctuations du taux de change et des conséquences qu'elles ont entraînées. Néanmoins, il est important de vous souligner ce problème.

Je suis optimiste en ce qui a trait à l'avenir de notre industrie. Nous avons des défis à relever en Europe du Sud et aux États-Unis, mais les marchés asiatiques en particulier présentent des débouchés extrêmement intéressants. Nous avons toujours affiché de bons résultats dans le secteur du homard vivant en Europe, mais les possibilités offertes par l'Asie ne cessent de croître. À elle seule, la Chine compte 1,3 milliard d'habitants. Je ne veux pas faire de généralisation, mais, globalement, ce marché adore les produits de la mer, surtout les mollusques et les crustacés.

Tous les éléments sont réunis pour que nous réussissions de mieux en mieux à percer le marché de l'Asie — surtout celui de la Chine — et à consolider nos gains là-bas. Après tout, nous offrons un produit de choix que la population de ce pays convoite. De plus en plus de Chinois s'installent en milieu urbain. Leur revenu disponible est de plus en plus élevé. Nous disposons de moyens de plus en plus efficaces pour expédier nos produits là-bas. Le public chinois peut maintenant aller en ligne. Il peut regarder CNN chaque soir. J'ai une nièce de 14 ans qui vit à Beijing, et sa qualité de vie là-bas est la même que celle dont elle jouirait à Toronto, à Montréal ou à New York. Elle a accès aux meilleurs éléments de l'Occident, et on pourrait en dire autant des autres citoyens de cette ville. À l'instar de nombreuses personnes qui vivent en Asie de nos jours, elle perçoit le homard canadien comme un produit de choix.

Comme l'a dit M. Irvine, nous cherchons des moyens d'augmenter la valeur des produits de notre secteur, et celle-ci dépend de la qualité des produits et de la stratégie de marque. La preuve est faite que la qualité du homard du Canada est supérieure à celle du homard des États-Unis, notre principal concurrent. Toutefois, le homard américain coûte bien moins cher. Les pêcheurs le revendent à un prix beaucoup plus bas, et son prix sur le marché est également plus bas. En outre, ils disposent d'un excellent système de fret aérien qui leur permet essentiellement d'expédier en une nuit des produits de Boston ou de New York vers l'Europe ou l'Asie.

Par conséquent, nous devons démontrer la qualité de nos produits. Cette qualité consiste en un superbe homard à carapace dure, en une expérience gastronomique haut de gamme, car il contient plus de viande et peut survivre à son transport aérien vers l'étranger et diverses destinations européennes et asiatiques. Nous devons mettre en valeur ces atouts sur le plan de la qualité au moyen d'un programme qui nous permettra de dire en toute objectivité : « Notre homard est le meilleur. » Nous devons assortir cette initiative d'un programme de stratégie de marque. La marque canadienne est un atout sous-utilisé. Selon une enquête menée la

Switzerland. The United States of America is number 7 or 8 on the list; Canada is number 2. We think there is huge potential to marry premium quality standards with a branding program that will be accepted in the international marketplace.

I have been asked to comment on the impacts of open net pen aquaculture upon the lobster sector. In Nova Scotia in particular it has been a highly controversial subject in the last year or so. Governments at both levels, with the best of intentions, I am sure, are looking for ways to sustain coastal communities. Jobs in coastal communities and the survivability of coastal communities is increasingly at risk and, at both levels, governments have chosen open net pen aquaculture as a means to provide additional jobs.

I am a member of 116 organizations in Nova Scotia that have stood up and said, "We know your intentions are honourable, but please let us have a moratorium on additional approvals of open net pen sites in Nova Scotia." The risks are just too great. The model does not produce the jobs that open net pen is alleged to produce. We can demonstrate that substantially. There are significant environmental risks associated with it. A typical open net pen farm generates thousands of metric tonnes of waste in a production cycle.

We have science issues that have to be considered, metallic content that has been attributed to feed aspects and location aspects near fish farms. Pesticides are frequently used for the treatment of lice in farm-raised salmon, and pesticides are potentially lethal for lobster in infancy. We have an economics challenge coming in that Chile, which was the lowest-cost world producer of farm-raised salmon and whose supply crashed over the last 10 years, is now coming back with a large volume of cheap fish to put on the market.

I am sure you are all very aware of the Cohen report findings last week in British Columbia in which Mr. Justice Cohen, a highly respected authority who has looked at this in a pretty comprehensive way, said the federal authorities really have to take a second look at how they are managing wild species, the impacts of fish farms, and so forth.

Without prolonging the topic, as a proponent of lobster and what I see as huge lobster potential, I am very concerned about the impacts of open net pen.

Mr. Leblanc: Senators, speaking after these two gentlemen is a pleasure but leaves me very little to say, which is fine by me, being a harvester.

semaine dernière, le Canada se classe actuellement au deuxième rang mondial pour son image de marque nationale, derrière la Suisse. Les États-Unis occupent le septième ou le huitième rang sur la liste, et le Canada, le deuxième rang. Nous croyons qu'il pourrait être extrêmement avantageux de jumeler des normes de qualité supérieure avec un programme de stratégie de marque qui seront reconnus à l'échelle internationale.

On m'a demandé de parler de l'incidence de l'aquaculture pratiquée au moyen de cages en filet sur le secteur du homard. Il s'agit d'un sujet très controversé — particulièrement en Nouvelle-Écosse — depuis environ un an. Les gouvernements des deux ordres — animés des meilleures intentions, j'en suis certain — cherchent des moyens de soutenir les localités côtières. Les emplois dans ces localités et la survie de celles-ci sont de plus en plus à risque, et les gouvernements provinciaux et fédéral ont choisi d'encourager l'aquaculture dans des cages en filet pour créer de nouveaux emplois.

Je fais partie d'une des 116 organisations de Nouvelle-Écosse qui sont intervenues et qui ont dit : « Nous savons que vos intentions sont louables, mais nous vous demandons d'imposer un moratoire interdisant l'aménagement de nouveaux sites destinés à l'aquaculture dans des cages en filet. » C'est tout simplement trop risqué. Ce modèle ne crée pas les emplois escomptés. Les données le prouvent. Il y a d'importants risques environnementaux associés à cette pratique. Une exploitation aquacole ordinaire utilisant des cages en filet produit des milliers de tonnes métriques de déchets au cours d'un cycle de production.

Il y a des aspects scientifiques à prendre en considération. On a détecté la présence de métaux près de centres de pisciculture qui serait liée à l'alimentation ainsi qu'à l'emplacement. On utilise couramment des pesticides pour lutter contre le pou du poisson qui parasite le saumon d'élevage, et ces produits peuvent s'avérer mortels pour les jeunes homards. Par ailleurs, nous aurons bientôt un défi économique à surmonter, car le Chili, qui a déjà été le producteur de saumon d'élevage le moins cher à l'échelle mondiale et dont les stocks se sont effondrés au cours des 10 dernières années, revient maintenant en force avec un gros volume de poissons à bon marché à commercialiser.

Je suis certain que vous êtes tous bien au fait des conclusions du rapport Cohen qui ont été présentées la semaine dernière en Colombie-Britannique, dans lequel le juge Cohen, figure très respectée qui a mené une étude assez complète de la situation, a déclaré que les autorités fédérales doivent vraiment revoir leur façon de gérer les espèces sauvages et l'incidence des centres de pisciculture, entre autres choses.

Sans vouloir m'attarder sur le sujet, en tant que promoteur du homard qui voit des débouchés fantastiques pour ce produit, je suis très préoccupé par les répercussions des cages en filet.

M. Leblanc : Mesdames et messieurs les sénateurs, c'est un plaisir pour moi de prendre la parole après mes deux collègues, mais ils m'ont laissé bien peu de choses à dire, ce qui me convient tout à fait, comme je suis pêcheur.

In 1988 a crisis hit the lobster fishery. Markets were crashing all over the world and the industry was faced with the major challenge of having ample supply but very low price. Here we are in 2012 with the same situation facing us, if not worse.

In between, we have had an industry- and government-led buyback, led by then Minister Gail Shea, who is currently the acting minister. That was greatly appreciated. In the gulf we spent in excess of \$32 million buying back lobster licences. In New Brunswick we spent \$12 million, in P.E.I. \$10 million and in Nova Scotia \$9 million. This was much appreciated by the lobster industry and we never thought it would happen. We had visions of changing our fishery, but we never thought we would have a government- and industry-led buyback, although it was our dream way in the back of our heads. About 269 licences were bought back.

I have been a harvester for 31 years and have seen many ministers come and go. I have seen many changes in conservation measures and in fishery management. However, one thing we have never done until now is to change our way of thinking with regard to fishing. I will explain what I mean by that.

When I bought my licence, I brought my lobster to the wharf and gave them to the buyer, who sent me a cheque, and that was it. Nowadays we have to be aware of what the consumer wants at the other end to make sure we are landing the proper product of the proper quality within the proper time frame. That is a challenge for us because we have to change our way of thinking. When you have 10,000 harvesters to educate, it is a very complicated exercise.

The Lobster Council of Canada was formed, again under the leadership of Gail Shea, who is obviously a very smart woman. We came together about three years ago, and you can imagine the interesting dilemma that was created, because we had partners in the industry who did not even look at each other let alone talk to each other. We had the harvesters on one side and processors and live shippers on the other, and we had to sit in a room and be nice to each other. That was the first challenge.

Three years later, we are starting to understand everyone's problems and concerns. We have grown quite a bit in three years, probably due to necessity more than anything else. There is nothing like a crisis to bring people together, and that sure happened in the lobster fishery.

We have before us a window to enable us to modernize our fishery. As I have said to the council, and it is not news to my members, there are two ways to modernize. First, a price increase would partly fix the problem, but we also have to look at tools

En 1988, la pêche au homard a traversé une crise. Les marchés mondiaux se sont effondrés, et l'industrie a dû composer avec une difficulté de taille : celle d'avoir des stocks abondants, mais de devoir vendre à un prix très bas. Nous voilà maintenant en 2012, et nous sommes dans une situation identique, sinon pire.

Entre ces deux périodes, des acteurs des secteurs privé et public ont procédé à un rachat dirigé par l'ancienne ministre Gail Shea, actuelle ministre intérimaire. Cette initiative a été très appréciée. Dans le golfe, nous dépensons plus de 32 millions de dollars pour racheter des permis de homards. Au Nouveau-Brunswick, nous avons dépensé à cette fin 12 millions de dollars; à l'Île-du-Prince-Édouard, 10 millions de dollars, et en Nouvelle-Écosse, 9 millions de dollars. Cela a été très apprécié par l'industrie du homard, et jamais nous n'aurions cru cela possible. Nous songions à modifier notre pêche, mais nous n'aurions jamais pensé qu'un tel rachat se produirait, même si nous caressions ce rêve. Environ 269 permis ont été rachetés.

Je suis pêcheur depuis 31 ans et j'ai vu de nombreux ministres se succéder. J'ai également été témoin de bien des changements apportés au chapitre des mesures de conservation et de la gestion des pêches. Cependant, jusqu'à maintenant, nous n'avions jamais changé notre approche à l'égard de la pêche. Je vais vous expliquer ce que je veux dire par là.

À l'époque suivant l'achat de mon permis, j'apportais mon homard au quai pour le vendre à l'acheteur, qui me donnait un chèque, et ça s'arrêtait là. De nos jours, nous devons tenir compte des désirs des consommateurs afin de nous assurer de débarquer un produit adéquat — et de qualité adéquate — en temps opportun. Cela représente un défi pour nous, car nous devons changer notre mentalité. Il est très difficile de sensibiliser 10 000 pêcheurs à cette question.

Le Conseil canadien du homard a été constitué sous la direction — encore une fois — de Gail Shea, qui est assurément très intelligente. Il a été mis sur pied il y a environ trois ans, et vous pouvez imaginer l'intéressant obstacle auquel nous faisons face, car certains partenaires au sein de l'industrie ne se préoccupaient même pas les uns des autres et se parlaient encore moins. Il y avait les pêcheurs d'un côté et les transformateurs et expéditeurs de homards vivants de l'autre, et tout le monde a dû se réunir dans la même pièce et discuter poliment. C'était la première difficulté à surmonter.

Trois ans plus tard, nous commençons à comprendre les problèmes et les préoccupations de tous ces gens. Nous avons pris pas mal d'expansion en trois ans, et c'était probablement plus une nécessité qu'un choix. Rien ne rapproche les gens autant qu'une crise, et c'est certainement ce qui est arrivé dans l'industrie du homard.

La possibilité de moderniser notre industrie se présente à nous. Comme je l'ai dit au conseil — et ce n'est rien de nouveau pour nos membres —, il existe deux moyens de le faire. Tout d'abord, une augmentation des prix réglerait une partie du problème, mais

that we can access to modernize our fishery. There are two ways of doing it. The consumers will not fix all of our problems; there are other tools at our disposal.

When Minister Ashfield came up with supporting the owner-operator fleet separation, he left a window of opportunity for industry, within the owner-operator fleet separation, to modernize, and we thank him for that support.

We have a lot of individuals who are committed to doing this. As Mr. Irvine said, he is the only one who is paid. The rest of us are volunteers putting in long hours in the evenings and on the weekends trying to find a solution to our collective problem. It is not a harvester problem; it is an industry problem.

We came together in Chéticamp, a place with which I am quite familiar, as I was born and raised there in a family of 19. We did our share to populate. I was raised to get along, share and consider other people, and having 12 sisters, I grew up with great respect for women.

In Chéticamp we devised a road map or a toolbox for our future, branding and quality, which will give us the upper hand over the U.S. They are branding a generic lobster. We want to tell the world why we are better. We are in the process of establishing working groups with industry to formulate our strategy in those two categories.

We believe these are the two key elements that are missing from this industry on the marketing side. There is other stuff to be done on the structural side.

I will leave it at that for now.

The Chair: Thank you. That certainly gives us a great overview of your involvement and a greater overview of the lobster industry itself. We usually go to Senator Hubley first, but Senator MacDonald is with us from Nova Scotia and he has to leave for another meeting so I will give him the opportunity to pose the first questions to our guests.

Senator MacDonald: Thank you for coming here. It is an important area of study. There are so many questions to ask; I will start with a few. You talked about quality and branding, but when I look at the numbers I think there is always a relationship between supply and demand. One cannot help but notice the landings of lobsters in Canada and America as opposed to 30 or 40 years ago. How much of effect is the great supply of lobster on the price you can get in the market? I assume it would be influential?

nous devons également nous procurer des outils qui nous permettront de moderniser notre pêche. Il y a deux façons de procéder. Les consommateurs ne régleront pas tous nos problèmes; il y a d'autres outils à notre disposition.

Quand le ministre Ashfield a appuyé la politique sur les propriétaires-exploitants et la séparation des flottilles, il a donné l'occasion à l'industrie de se moderniser, et nous le remercions de ce soutien.

Bon nombre de nos membres se sont engagés à le faire. Comme l'a dit M. Irvine, il est le seul à toucher un salaire. Les autres membres de l'équipe sont des bénévoles qui passent de longues heures le soir et la fin de semaine à essayer de trouver une solution à notre problème commun. Le problème ne touche pas que les pêcheurs; il touche toute l'industrie.

Nous nous sommes réunis à Chéticamp, localité que je connais très bien, étant donné que je suis né et que j'ai grandi là-bas au sein d'une famille de 19 enfants. Nous avons fait notre part pour peupler cet endroit. On m'a inculqué les valeurs que sont la bonne entente, le partage et l'empathie, et, comme j'ai 12 sœurs, j'ai acquis un grand respect pour les femmes.

À Chéticamp, nous avons élaboré une feuille de route ou une trousse d'outils visant à préparer notre avenir, à mettre en valeur notre marque et à favoriser la qualité de nos produits afin de damer le pion aux États-Unis. Leur homard n'a pas d'image de marque particulière. Nous voulons dire au monde pourquoi notre homard est meilleur. Nous établissons actuellement des groupes de travail avec l'industrie afin d'articuler notre stratégie concernant ces deux aspects.

À notre avis, il s'agit des deux éléments clés qui manquent à l'industrie au chapitre de la commercialisation. Il y a d'autres initiatives à mener sur le plan structurel.

Je m'arrête là pour l'instant.

Le président : Merci. À coup sûr, votre témoignage nous donne un excellent aperçu des efforts que vous avez déployés et un aperçu encore meilleur de l'industrie du homard elle-même. C'est habituellement le sénateur Hubley qui prend la parole en premier, mais le sénateur MacDonald de la Nouvelle-Écosse est parmi nous et doit partir en raison d'une autre réunion, alors je vais lui donner l'occasion de questionner nos témoins en premier.

Le sénateur MacDonald : Merci de votre présence. L'étude que nous menons est importante. J'ai tellement de questions à poser; je vais commencer par quelques-unes. Vous avez parlé de la qualité et de la stratégie de marque, mais, si je me fie aux chiffres, je pense qu'il existe toujours un lien entre l'offre et la demande. Il est impossible de ne pas remarquer la différence entre les débarquements actuels de homards au Canada et aux États-Unis et ceux d'il y a 30 ou 40 ans. Dans quelle mesure les stocks abondants de homards influent-ils sur le prix que vous pouvez obtenir sur le marché? Je suppose que ce facteur a une incidence.

Mr. Lamont: It is a significant factor, there is no doubt. We have a number of issues to cope with. The single greatest one is decline in the European and American economies. Individuals in both of those regions are less likely, in this economy, to purchase something that is seen as a special occasion premium product.

At the same time, we are producing significantly greater volumes. We have responded to that in two ways. We have pushed down on the initial price of the product so harvesters are getting far less for lobster today, and it is an unsustainable model over time. We have pushed up to the market and asked our customers worldwide to pay more. You can only do that so far on a special occasion product in a difficult economy.

The volume we are producing is a wonderful thing. It is a reflection of good husbandry and regulatory practices by all the stakeholders. We do not want to suggest that the significant increase in lobster catches is a negative thing; it is a wonderful thing. However, it is challenging in terms of the business model in a difficult world economy.

Senator MacDonald: It is a wonderful thing as long as we are sure it is not affecting the long-term viability of the stocks.

Mr. Lamont: Agreed.

Senator MacDonald: An eye must be kept on that. I am sure that any lobster fishermen would agree if you could work less and get more return for product everyone would be further ahead.

I had a great experience last January at the Tokyo fish market at six o'clock in the morning. It was a wild spot to be at with the activity and the volume of seafood going through the place. You mentioned in the remarks that if you have a product that is high quality — and of course we know this is true now — and there is demand for it over there, they will pay for it. I went to the supermarkets in Tokyo and Seoul last January and was blown away at the price of a lobster or a snow crab, especially comparing it to what we purchase them for over here. I am curious about your reflections on why we have not been more aggressive in developing what I believe is a much more lucrative market for us in Asia and Japan. You mentioned China, but it seems to me from what I saw over there, the prices are already there. Why are we there in such low volumes?

Mr. Lamont: The volumes are substantial.

Senator MacDonald: Percentages I should say.

M. Lamont : C'est un facteur important. Cela ne fait aucun doute. Nous devons composer avec un certain nombre de problèmes. Le plus important d'entre tous est le ralentissement des économies européenne et américaine. Les populations de ces deux régions du monde sont moins susceptibles, vu la conjoncture actuelle, d'acheter un produit de choix qu'on réserve habituellement pour les grandes occasions.

En outre, nous produisons des volumes considérablement plus élevés. Nous avons réagi à cette situation de deux façons. Premièrement, nous avons abaissé le prix initial du produit, de sorte que les pêcheurs tirent une valeur bien moindre de leur homard de nos jours, et ce modèle n'est pas viable à long terme. Deuxièmement, nous avons exercé des pressions sur le marché et demandé aux consommateurs de partout dans le monde de payer plus cher. Quand il est question d'un produit associé aux occasions spéciales, il y a des limites à ce qu'on peut demander lorsque la conjoncture est difficile.

Notre volume de production est merveilleux. Il reflète les saines pratiques adoptées par tous les intervenants au chapitre de l'élevage et de la réglementation. Nous ne voulons pas laisser entendre que l'importante augmentation des prises de homards soit une chose négative; au contraire, c'est fantastique. Cependant, cela complique l'application de notre modèle d'affaires dans une conjoncture mondiale difficile.

Le sénateur MacDonald : C'est une chose fantastique, pourvu que nous nous assurions qu'elle n'aura pas d'incidence sur la viabilité à long terme des stocks.

M. Lamont : Tout à fait.

Le sénateur MacDonald : Il faut garder un œil là-dessus. Je suis sûr que tous les pêcheurs de homard conviendraient que, s'ils pouvaient travailler moins et obtenir plus d'argent pour leur produit, tout le monde s'en tirerait mieux.

En janvier dernier, j'ai vécu une expérience mémorable au marché de poissons de Tokyo, à 6 heures du matin. L'endroit bourdonnait d'activité, et il était impressionnant de voir toute la quantité de fruits de mer qui y étaient vendus. Vous avez mentionné au début que, si on offre un produit de grande qualité — et, bien entendu, nous savons que c'est aujourd'hui le cas — et que la demande est là, les clients n'hésiteront pas à payer pour l'avoir. Lorsque je suis allé dans les supermarchés de Tokyo et de Séoul, en janvier dernier, j'ai été stupéfait de voir le prix d'un homard ou d'un crabe des neiges, surtout par rapport à ce qu'on paie ici. Je suis curieux d'entendre vos réflexions sur le fait que nous ne cherchons pas activement à exploiter davantage le marché japonais et le marché asiatique en général, lesquels me paraissent beaucoup plus lucratifs pour nous. Vous avez parlé de la Chine, mais, d'après ce que j'ai vu là-bas, les prix sont déjà intéressants. Pourquoi exportons-nous en si petites quantités vers ce marché?

M. Lamont : Les quantités exportées sont considérables.

Le sénateur MacDonald : Je devrais plutôt parler des quantités exprimées en pourcentage.

Mr. Lamont: Historically, the volumes were significant in Japan going back 15 or 20 years. The Japanese economy has had its challenges. The issues of the last two years have impacted on the marketability, and we have technical, biological issues associated with Canadian lobster in Japan that have been temporary barriers that have lingered on.

In China, which gives me great enthusiasm today, our competition is the Australian rock lobster. That sells regularly in China at \$35 to \$40 a pound. Canadian lobsters, with duties, freight and everything else in, sells at \$15 or \$18 a pound. If we took a blindfold test or submitted the products to neutral third parties, I am confident our Canadian lobster would stack up well. However, there are three or four generations of Chinese chefs and opinion leaders who say Australian rock lobsters are the best. You do not change that opinion overnight. Frankly, it pains me to say that we have been our own worst enemies in the industry. We have undercut in terms of our pricing structures in Asia generally and China in particular because we saw the substantial market opportunity.

A big order for me to sell as a live lobster exporter by air freight in North America is 1,000 pounds. A big order in Asia, particularly in China, is 6,000 or 8,000 or 10,000 pounds, reflective of the scale of the population and everything else. Some companies, in their desire to take advantage of that volume opportunity in China, have undercut other companies, and we have left serious money on the table. Part of our branding and quality process needs to be education to allow Canadian exporters with a terrific product to feel confident enough to charge more for it. That is a work-in-progress.

Senator MacDonald: We have retired some 260 lobster licences over the last number of years and bought them back; should we be buying more back?

Mr. Leblanc: That is an interesting question. At the present time I think there might be another 5 per cent that could be bought back. These are gulf numbers, by the way. There is a potential for more. We have to be careful we do not buy to the point where we eliminate fishing communities or harbours, and we must have a balanced approach.

Senator MacDonald: On our total landings, are we tied in? Are we restricted to keeping volumes at a certain level and keeping an eye on the American volumes and landings at the same time? Is there a direct correlation between their landings and the marketing of the entire product? Do you follow what I am saying?

M. Lamont : Il y a 15 ou 20 ans, nous exportions de grandes quantités de homard vers le Japon. L'économie japonaise ne va pas bien. Les difficultés qu'elle a connues au cours des deux dernières années ont réduit l'attrait de ce produit sur le marché, et il y a eu à l'égard du homard canadien des problèmes d'ordre technique et biologique qui étaient censés être temporaires, mais qui subsistent encore.

Notre principal concurrent en Chine — ce qui me rend très optimiste —, c'est la langouste australienne. Elle se vend habituellement de 35 à 40 \$ la livre sur le marché chinois. Le homard canadien se vend 15 ou 18 \$ la livre, droits de douane, frais de transport et tout le reste inclus. Je suis persuadé que, si nous faisons une dégustation à l'aveugle ou que nous faisons goûter les produits à un tiers neutre, le homard canadien soutiendrait très bien la comparaison. Il n'en demeure pas moins que trois ou quatre générations de chefs et de leaders d'opinion chinois soutiennent que les langoustes australiennes sont le fin du fin. On ne peut pas changer cette opinion du jour au lendemain. Franchement, cela me peine de devoir dire que notre industrie est son pire ennemi. Nous avons réduit nos prix en Asie en général et en Chine en particulier afin de profiter de ce que nous estimions être un débouché commercial important.

Pour moi qui suis exportateur de homards vivants, une grosse commande livrée par avion en Amérique du Nord fait 1 000 livres, alors qu'une grosse commande livrée en Asie, plus particulièrement en Chine, peut faire 6 000, 8 000 ou 10 000 livres, ce qui est proportionnel à la taille de la population et à tout le reste. Certaines entreprises qui veulent tirer avantage de la possibilité d'exporter en grosses quantités vers la Chine vendent leurs homards moins cher, de sorte que nous sommes loin de faire autant d'argent que nous pourrions en faire. Dans le cadre du processus visant à établir une image de marque et des normes de qualité, il faut aussi faire prendre conscience aux exportateurs canadiens de l'énorme valeur de leur produit afin qu'ils aient suffisamment confiance pour exiger un prix plus élevé. Ce travail de sensibilisation est en cours.

Le sénateur MacDonald : Au cours des dernières années, le gouvernement a racheté quelque 260 permis de pêche au homard. Devrait-il en racheter encore davantage?

M. Leblanc : C'est une question intéressante. Je crois que, à l'heure actuelle, il pourrait peut-être en racheter 5 p. 100 de plus. Soit dit en passant, ces chiffres concernent la pêche dans le golfe. Nous pourrions en racheter plus. Nous devons toutefois faire attention de ne pas en racheter au point d'éliminer les communautés de pêcheurs ou les ports de pêche; nous devons recourir à une approche équilibrée.

Le sénateur MacDonald : Pour ce qui est du nombre total de débarquements, sommes-nous limités? Devons-nous maintenir les volumes à un certain niveau et, en même temps, garder un œil sur les volumes et le nombre de débarquements aux États-Unis? Y a-t-il une corrélation positive entre le nombre de débarquements et la mise en marché du produit? Me suivez-vous?

Mr. Irvine: There is no control of the landings because the only effort to control is the trap limit and season, so there is no quota. The harvesters here and in America go out and catch what they can. That is the extent of it, and it is probably due to the good management of our fisheries that we are catching more on the scale we are every year.

Senator MacDonald: It keeps the supply relatively high.

Mr. Irvine: It keeps the supply very high, and we have done a good job to move it through the system based on what we are catching.

Senator MacDonald: Is a lot of lobster we sell to the U.S. being dumped into cheap markets like Red Lobster or these types of companies? I assume we will always get more money overseas than going to the United States for our lobster. Is that a correct assumption?

Mr. Lamont: I think it is a very correct assumption. I relate lobster marketing to Olympic diving. It is a bit of a leap, forgive the pun, but bear with me: The more difficult the dive, the better the return. It is fairly easy to put lobster on a truck and have it in Boston tomorrow morning. It is very challenging to have lobster in a container that is temperature controlled, properly packaged, properly documented, that arrives in Shanghai in a timely fashion. That is a more difficult dive.

Senator MacDonald: That is for the real margins?

Mr. Lamont: Correct. We have to shift more of our stock into the higher-demand, higher-return markets, but to do that we had better establish the quality components of our program that we have agreed to as a council, because you need absolutely to back up in reality what you are promising on paper. That is where the quality comes in.

Lobster shipments in the live format, with which I am familiar, take 42 to 48 hours to get anywhere in Asia, in particular, and with Canadian logistics, 36 to 40 hours anywhere in Europe. You really need a premium quality lobster to have very low mortality rates on arrival. Quality should be the underpinning of everything that we do and it should bring us the greater dollar value that we are seeking.

Mr. Irvine: To follow up on that, we need those new high-value markets, but we also very much need those chain store markets in the U.S. and other markets because of our volume. It is very important that we produce the products they use, certain specific processed products, in a lot of our small communities as well. It is a balance. Every day we go out to the market and try to find the balance.

M. Irvine : Il n'y a pas de limite au nombre de débarquements. On s'en tient à fixer un nombre maximal de casiers et à pratiquer une pêche saisonnière; on n'impose pas de quotas. Les pêcheurs canadiens et américains vont en mer et capturent ce qu'ils peuvent. Les restrictions s'arrêtent là, et c'est probablement en raison de la bonne gestion de nos pêches que nous capturons plus de homards chaque année.

Le sénateur MacDonald : Par conséquent, l'offre demeure relativement élevée.

M. Irvine : L'offre demeure très élevée, et nous avons réussi à bien l'intégrer dans le système, selon les volumes que nous capturons.

Le sénateur MacDonald : Est-ce qu'une grande quantité de homard est bradée aux États-Unis sur les marchés à rabais comme les restaurants Red Lobster ou ce genre d'entreprises? Je suppose que nous pourrions toujours vendre notre homard plus cher outre-mer qu'aux États-Unis. Ai-je raison de supposer cela?

M. Lamont : Je crois que votre supposition est tout à fait juste. Je compare la commercialisation du homard à l'épreuve de plongeon olympique. Ma comparaison semble un peu tirée par les cheveux, mais écoutez-moi bien : plus le saut est difficile, plus il rapportera. Il est assez facile de charger des homards dans un camion et de les livrer à Boston le lendemain matin. Il est très difficile de mettre les homards dans un récipient où la température est réglée, de les emballer correctement et d'y joindre les renseignements adéquats pour les livrer rapidement à Shanghai. Voilà le saut qui est plus difficile.

Le sénateur MacDonald : Et cela permettrait de dégager de véritables marges?

M. Lamont : Oui. Nous devons exporter une plus grande partie de nos stocks sur les marchés où la demande et les prix sont plus élevés, mais, pour y parvenir, nous devons d'abord établir les normes de qualité que prévoit le programme approuvé par le conseil, car il faut absolument concrétiser ce qu'on promet sur papier. C'est là qu'interviennent les normes de qualité.

Il faut de 42 à 48 heures pour exporter des homards vivants — ce que je suis habitué de faire — vers n'importe quel endroit en Asie et, vu la logistique canadienne, de 36 à 40 heures vers n'importe quel endroit en Europe. Il faut exporter un homard de première qualité pour réduire au minimum le taux de mortalité à destination. La qualité devrait être à la base de tout ce que nous faisons et devrait nous permettre d'exiger le prix plus élevé que nous cherchons à obtenir.

M. Irvine : Il est certain que nous avons besoin de ces nouveaux marchés de grande valeur, mais nous avons aussi grandement besoin des chaînes de supermarchés aux États-Unis et d'autres types de marchés, car nous avons un volume considérable à écouler. Il est aussi très important que nous produisions les produits qu'ils veulent — certains produits transformés en particulier — dans un grand nombre de nos petites collectivités. C'est une question d'équilibre. Chaque jour, nous essayons de trouver un équilibre sur les marchés.

Senator MacDonald: I just want us to get the most for our lobsters that we can. It would be great for the communities.

Mr. Leblanc: You referred to landings, senator. We cannot forget the environmental factors we are facing, especially last year, which have been totally not normal. There has been a very high temperature in our water; therefore, lobsters were feeding a lot more than ever. That is a contributing factor to why the landings spiked so high last year, and it should not be forgotten.

Senator MacDonald: I apologize for having to leave. I have to be in two meetings at once. It is the annual general meeting for Canada-Korea. I will try to see if we can sell them more lobster.

The Chair: You touched a moment ago on the quota system. In other fisheries, IQs work very well in regard to increasing the value of an enterprise. We seem to have a different opinion on how that will work in the lobster fishery. Does someone want to touch on that?

Mr. Leblanc: Quotas in the lobster industry would be a very hard sell at the present time. It would be a logistical nightmare to try to justify anyone's quota of what it should be. I might catch more than my next-door neighbour. Does that mean my quota should be higher? We would rather have an even playing field where we have the same amount of traps and we fish the same area and the same number of days. It has worked thus far and we would like to leave it as such at the present time.

The Chair: That answers that question. We had the Department of Fisheries and Oceans people here last week and we asked some questions in relation to the lobster fishing districts and the organization of the fish harbours in those different districts. For those who may not be aware, there seem to be some different agreements or rules that happened in each district. From a coordination point of view, from the Lobster Council's point of view, and not necessarily bringing up everyone under one umbrella but at least to have, as you touched on it, a level playing field where everyone is doing the same thing, how do you address the concerns, the discrepancies among the lobster fishing districts when you are trying to have a coordinated effort in developing the lobster fishery and promoting and marketing?

Mr. Irvine: Do you mean the difference in volumes?

The Chair: Yes. Some areas had better organization in relation to how they do things than other areas. Maybe I am reading that wrong, but that seemed to be the message we got from DFO.

Mr. Irvine: That is a very fair comment.

Le sénateur MacDonald : Je veux simplement que nous obtenions le meilleur prix qui soit pour nos homards. Ce serait merveilleux pour les collectivités de pêcheurs.

M. Leblanc : Monsieur le sénateur, vous avez fait mention des débarquements. Il ne faut pas oublier que nous devons composer avec des facteurs environnementaux qui sont tout sauf normaux, et ce fut particulièrement le cas l'an dernier. La température de l'eau est très élevée, ce qui fait que les homards ont mangé comme jamais auparavant. Ce facteur a contribué à la hausse marquée du nombre de débarquements l'an dernier, et il ne faudrait pas l'oublier.

Le sénateur MacDonald : Je suis désolé, mais je dois m'en aller. J'ai deux réunions en même temps. Je dois aussi assister à la réunion générale annuelle entre les représentants du Canada et ceux de la Corée. J'essaierai de voir si nous pouvons leur vendre plus de homards.

Le président : Vous avez parlé tout à l'heure du système de quotas. Pour d'autres types de pêches, les quotas individuels sont très efficaces pour accroître la valeur d'une entreprise. Il semble que nous ne partagions pas la même opinion sur la façon dont nous pourrions appliquer ce système à la pêche au homard. Est-ce que quelqu'un voudrait aborder cet aspect?

M. Leblanc : Dans l'industrie du homard, on aurait beaucoup de mal à faire accepter l'idée d'imposer des quotas. Ce serait un cauchemar logistique juste d'essayer de justifier le quota d'un pêcheur. Je pourrais capturer plus de homards que mon voisin. Est-ce que cela veut dire que mon quota devrait être plus élevé? Nous préférons uniformiser les règles du jeu et utiliser le même nombre de casiers, pêcher dans la même zone et le faire pendant le même nombre de jours. Cette formule a fait ses preuves jusqu'à maintenant, et nous aimerions laisser les choses telles qu'elles sont pour l'instant.

Le président : Cela répond à ma question. Les représentants du ministère des Pêches et des Océans sont venus témoigner la semaine dernière, et nous leur avons posé des questions sur les zones de pêche au homard et l'organisation des ports de pêche dans ces différentes zones. Pour ceux qui ne le sauraient peut-être pas, il semble y avoir différentes ententes ou règles qui s'appliquent à chaque zone. Sur le plan de la coordination, et du point de vue du Conseil du homard — et sans nécessairement regrouper tout le monde dans une seule et même zone, mais d'avoir au moins, comme vous l'avez dit, les mêmes règles pour tous —, comment pouvez-vous combler les écarts entre les différentes zones de pêche au homard pour essayer de coordonner les efforts visant à stimuler la pêche au homard et à promouvoir et à commercialiser ce produit?

Mr. Irvine : Parlez-vous des écarts de volumes?

Le président : Oui. Certaines zones sont mieux organisées que d'autres. Peut-être que j'ai mal compris, mais il m'a semblé que c'est ce que laissaient entendre les représentants du MPO.

M. Irvine : Il est tout à fait raisonnable d'affirmer cela.

The Chair: I am wondering from the Lobster Council's point of view, because I posed the question to DFO and they advised me to pose the question to you people. That is why I am doing this. It seems they are trying to organize things to develop in the proper way as you are trying to do in regard to branding and marketing. If you do not have agreement among the people out on the water, it is difficult to do. How are you dealing with that?

Mr. Irvine: I will take a stab at it. Our members are made up of all the principal associations, so Mr. Leblanc's association, and Ian MacPherson is here from the P.E.I. Fisherman's Association. There are many areas that are very well organized, but you are right; there are very key areas that are not well organized. It is a big challenge for us, to be frank.

LFA 34 has 1,000 fishermen in the richest fishing area, that is from Digby to Cape Island, the richest lobster fishing area in the country. They do not have a dues-paying organization. It makes it difficult for us to represent them and have them represent relative to us. The province of Nova Scotia is amending their mandatory dues legislation. They are hoping to bring it out shortly and have another vote. It is a big challenge.

Newfoundland, where you come from, has the FFAW. That is very convenient to work with. PEIFA, which Mr. MacPherson works with, is very convenient to work with, but it is a challenge.

Mr. Leblanc: Our organization is legally recognized by the provinces. We collect dues. There are two different zones in Nova Scotia that they recognize under the act. It is a problem for the council to approach areas that are not well organized, but all we can do as a council is promote and try to advise them as best we can, and try to lead them into being organized and showing the benefits of being organized, and show them what other associations are accomplishing by being organized. It is all we can do. In some areas it is getting better. There are younger harvesters taking over associations that see the light at the end of tunnel when it comes to being organized. It is slow, but it is evolving.

Senator McInnis: You said earlier, and I wondered about this, that there were 9,000 harvesters in all the processing groups and so on. When you speak today, what percentage would you say you speak for in terms of all of those various groups?

Mr. Irvine: We say we speak for them all, but you are correct, we speak for our direct members, so it is a hard question to answer. They do not all pay dues. We have an equally difficult problem on the live shipping and processing side where there are few associations that represent, for example, Mr. Leblanc's group. We have private companies on our board and our council and they really speak just for themselves. However, as

Le président : Je me demande ce qu'en pense le Conseil du homard, car j'ai posé cette question aux représentants du MPO, et ils m'ont suggéré de vous la poser. Voilà pourquoi je le fais. On dirait qu'ils essaient d'organiser les choses pour développer la pêche au homard de la bonne façon, comme vous essayez de le faire en ce qui a trait à l'image de marque et à la commercialisation. Si les pêcheurs ne s'entendent pas sur les règles à suivre, alors il est difficile de faire les choses efficacement. Comment composez-vous avec cette situation?

M. Irvine : Je vais tenter de répondre à votre question. Le conseil est formé de toutes les principales associations, par exemple celle de M. Leblanc et aussi celle d'Ian MacPherson, qui fait partie de l'Association des pêcheurs de l'Île-du-Prince-Édouard. Il y a de nombreuses zones qui sont très bien organisées, mais vous avez raison : il y en a de très importantes qui manquent d'organisation. Pour être honnête, c'est pour nous un défi de taille.

La zone 34, qui s'étend de Digby à l'île Cape Sable et compte 1 000 pêcheurs, est celle où le homard est le plus abondant dans le pays. Les pêcheurs de cette zone ne paient pas de cotisations à quelque organisation que ce soit. Il est donc difficile pour nous de les représenter. En ce moment, le gouvernement de la Nouvelle-Écosse cherche à modifier sa loi sur les cotisations obligatoires. Il espère déposer le projet de loi sous peu et procéder à un autre vote. C'est tout un défi.

À Terre-Neuve — d'où vous venez —, il y a la FFAW. Il est très facile de travailler avec elle. Il est aussi très facile de travailler avec la PEIFA, dont fait partie M. MacPherson, mais la situation reste difficile.

M. Leblanc : Notre organisation est reconnue légalement par les provinces. Nous percevons des cotisations. Il y a deux zones différentes en Nouvelle-Écosse qui sont reconnues par la loi. Il est problématique pour le conseil d'intervenir dans les zones où les pêcheurs ne sont pas bien organisés, mais tout ce que le conseil peut faire, c'est de promouvoir son travail auprès d'eux, de les conseiller du mieux qu'il le peut, de les encourager à s'organiser et de leur montrer les avantages d'une organisation et de leur montrer ce que les autres associations ont pu accomplir. C'est tout ce que nous pouvons faire. Dans certaines zones, les choses s'améliorent. Il y a de jeunes pêcheurs qui prennent la tête d'associations, et, une fois organisés, les pêcheurs voient la lumière au bout du tunnel. Les choses évoluent lentement, mais sûrement.

Le sénateur McInnis : Vous avez dit — et cela m'a amené à m'interroger — qu'il y a 9 000 pêcheurs, tous groupes de transformation confondus. Aujourd'hui, vous prenez la parole au nom de quelle proportion de pêcheurs parmi les divers groupes?

M. Irvine : Nous affirmons parler en leur nom à tous, mais, vous avez raison, nous nous exprimons au nom de nos membres en règle, alors il est difficile de répondre à votre question. Les pêcheurs ne paient pas tous des cotisations. Le problème existe tout autant dans les secteurs de l'exportation du homard vivant et de la transformation, où il y a peu d'associations qui représentent, par exemple, le groupe auquel appartient M. Leblanc. Des

Mr. Leblanc said, we are trying to build consensus and build some momentum here. We say we speak for the whole industry, and in general we do.

Senator McInnis: You are a relatively new organization, too.

The Chair: Together you will swim, I guess.

Mr. Irvine: We will do our best.

Senator Hubley: I think there is some positive information coming our way. It gives us a better sense of what the industry is doing. I would like to say hello to Ian MacPherson, who is sitting up back. It is nice to see you.

I will come back a little bit to the work you are doing on establishing a quality standard system and a branding program for the Canadian lobster. I just had a couple of questions where I am wondering whether it is things you are considering or things you are doing. I will use the P.E.I. experience, which I love to do, just to make a point.

We have on Prince Edward Island lobster suppers, which everybody does. Everyone around the Maritimes has lobster suppers. What sort of quality control, and I will ask questions on a couple of these, does your organization have to influence how that lobster is presented? I would like to do the same thing for the seafood festivals, which also are popular, and major festivals like Fall Flavours on Prince Edward Island. Lobster is still one of the things that people visiting Prince Edward Island must have; they must have a lobster dinner.

The other concern I have, and that I would like you to comment on for me, is the amount of lobster that may be imported. It may come in from Maine. How is that being used in the Canadian lobster or the Maritime lobster or the Island lobster? Is it branded the same way? Can we brand that the same way?

Finally, are you establishing standards for a lobster stew, a lobster roll, a lobster sandwich, which we see now in all the fast-food restaurants? Sometimes they are not what I would consider up to standard. I think they could be better. I am wondering if that is one of the challenges your industry has and how influential you can be in encouraging people who serve lobster to do it in the best way possible.

Mr. Irvine: I think it is safe to say that it is our goal that every single person who eats a Canadian lobster has a fantastic experience every single time. We all know people who have bought the product and had an unhappy experience with it. We do not ever want that to happen.

représentants d'entreprises privées siègent au conseil d'administration et sont membres du Conseil du homard, mais ils ne représentent que leurs propres intérêts. Toutefois, comme M. Leblanc l'a mentionné, nous essayons d'établir un consensus et de mobiliser les acteurs de l'industrie. Nous affirmons parler au nom de toute l'industrie, et, en général, c'est ce que nous faisons.

Le sénateur McInnis : Votre organisation est aussi relativement nouvelle.

Le président : C'est ensemble que vous vous tiendrez à flot, j' imagine.

M. Irvine : Nous ferons de notre mieux.

Le sénateur Hubley : Je crois que vous nous transmettez des renseignements utiles. Cela nous donne une meilleure idée de ce que fait l'industrie. Je voudrais saluer Ian MacPherson, qui est assis à l'arrière. C'est un plaisir de vous voir.

Je voudrais revenir quelques instants sur le travail que vous faites concernant l'établissement de normes de qualité et la création d'une stratégie de marque pour le homard canadien. Je voudrais juste vous poser deux ou trois questions pour savoir s'il y a certaines choses que vous envisagez ou faites déjà. Juste pour illustrer mon point de vue, je citerais l'exemple de l'Île-du-Prince-Édouard, ce que j'aime beaucoup faire.

À l'Île-du-Prince-Édouard, nous organisons des soupers au homard, comme tout le monde le fait. Tout le monde dans les Maritimes organise des soupers au homard. Quelles mesures d'assurance de la qualité — et je poserai la même question à l'égard de deux ou trois éléments semblables — votre organisation a-t-elle mises en place pour influencer sur la façon dont le homard est présenté? Je vous poserais la même question en ce qui concerne les festivals de fruits de mer, qui sont tout aussi populaires, et les grands festivals comme Fall Flavours à l'Île-du-Prince-Édouard. Le homard est encore un incontournable pour les gens qui visitent l'Île-du-Prince-Édouard; ils tiennent à leur souper au homard.

L'autre point sur lequel j'aimerais avoir vos commentaires, c'est la quantité de homard qui peut être importée. Le homard peut venir du Maine. Comment le homard américain est-il mélangé au homard canadien, au homard des Maritimes ou au homard de l'Île? Est-il étiqueté de la même façon? Pouvons-nous l'étiqueter de la même façon?

Enfin, établissez-vous des normes pour la préparation d'une chaudière, d'une guedille ou d'un sandwich au homard, plats qui figurent maintenant au menu de tous les restaurants minute? À mon avis, ils ne sont pas toujours préparés dans les règles de l'art. Je crois qu'ils pourraient être meilleurs. Je me demande s'il s'agit là d'une des difficultés que rencontre votre industrie, et j'aimerais savoir dans quelle mesure vous pouvez inciter les gens qui servent du homard à le faire de la meilleure façon possible.

M. Irvine : Je crois qu'il est juste de dire que notre but est de veiller à ce que chaque personne vive une expérience fantastique chaque fois qu'elle mange un homard canadien. Nous connaissons tous des gens qui ont acheté le produit et ont été déçus. Nous voulons que cela n'arrive jamais.

I see this starting right at the wharf. The dealers and the harvesters will work together on a system to grade lobster out so that it goes into the proper channel. That is how I see that starting, so that the lobster suppers on P.E.I. will have the best possible product to serve to tourists or visitors, and it will be sold that way to them by their dealer or distributor.

This happens now more or less anyway. There is a quality grading program at everyone's plant. Mr. Lamont certainly has one. The processors on P.E.I. have them. They use that to move lobster of different qualities into different streams. It happens today. What we are talking about is formalizing it and making everyone understand that there is a big educational piece to this.

In terms of the main product that comes to Canada, in Canada we buy a significant amount of lobster from Maine. It goes into the processing sector mostly and is processed into many different products. Frankly speaking, you can call it "product of Canada" after you change it in some way, and that is what we do. It is a significant, important raw material for our processing plants in P.E.I., New Brunswick, Quebec and Nova Scotia.

Mr. Lamont: It is important to note that the export of lobster is a two-way street between Canada and the United States. Substantial volumes of our Canadian lobster go into New England markets and are then redistributed and exported internationally. As Mr. Irvine suggests, because of country-of-origin legislation, once product is legally and properly imported into a country, it then becomes product of that country. Canadian lobster ends up getting exported to the international markets as American lobster. Correspondingly, American lobster gets imported into Canada and gets processed, and then becomes product of Canada.

We are great trading partners back and forth between our two countries. On the one hand, the Lobster Council of Canada has a very firm policy of demonstrating both branding and quality to create benchmarks internationally, but we need to tread a somewhat cautious line because our Canadian processors, overwhelmingly located in Prince Edward Island and New Brunswick, need American catch as part of their processing program; and we, as Canadian suppliers, need the American market — the immediate market in New England and the ultimate market in California, New York and the southern states — as part of our export program. We have to do a little bit of both.

Senator Hubley: How does that, then impact on a traceability program? I will use again an Island example of the Island mussels, the Island Blue. Even on Channel 5 in the Maritimes, when the

Je crois que l'assurance de la qualité doit commencer dès le débarquement des homards au quai. Les négociants et les pêcheurs travailleront ensemble à l'élaboration d'un système de classification du homard pour qu'il soit envoyé au bon endroit. C'est ainsi qu'on devrait procéder afin que les organisateurs de soupers au homard de l'Île-du-Prince-Édouard achètent aux négociants ou aux distributeurs et servent aux touristes ou aux visiteurs le meilleur produit qui soit.

C'est déjà plus ou moins ce qui se passe, de toute façon. Chaque usine s'est dotée d'un système de classification de la qualité. Celle de M. Lamont en a certainement un. Les usines de transformation de l'Île-du-Prince-Édouard en ont un. Les usines utilisent ce système pour approvisionner en homard les différents secteurs, selon leur degré de qualité. Cela se fait déjà aujourd'hui. Donc, ce que nous voulons, c'est officialiser ce système et faire comprendre à tous qu'il y a un important volet de sensibilisation rattaché à cela.

Pour ce qui est de l'importation de homard, le Canada achète une quantité considérable de homard du Maine. Ce homard est principalement destiné au secteur de la transformation et est utilisé dans la confection de toutes sortes de produits. Bien franchement, on peut l'appeler « produit du Canada » après l'avoir transformé d'une quelconque façon, et c'est ce que nous faisons. Le homard du Maine représente un produit brut de grande importance pour les usines de transformation de l'Île-du-Prince-Édouard, du Nouveau-Brunswick, du Québec et de la Nouvelle-Écosse.

M. Lamont : Il faut savoir que les exportations de homard vont dans les deux sens entre le Canada et les États-Unis. De grosses quantités de homard canadien sont vendues sur les marchés de la Nouvelle-Angleterre, puis redistribuées et exportées. Comme l'a fait remarquer M. Irvine, en raison de la loi sur la mention du pays d'origine, dès qu'un produit est légalement et correctement importé dans un pays, alors il devient un produit de ce pays. Le homard canadien finit par être exporté vers l'étranger en tant que homard américain. De même, lorsque le homard américain importé au Canada est transformé, il devient un produit du Canada.

Nos deux pays sont d'excellents partenaires commerciaux. D'une part, le Conseil canadien du homard a adopté une politique très ferme concernant la promotion de l'image de marque et de la qualité du homard canadien afin d'établir des critères internationaux, mais nous devons en quelque sorte faire preuve de prudence, car les usines de transformation canadiennes — qui sont concentrées à l'Île-du-Prince-Édouard et au Nouveau-Brunswick — doivent s'approvisionner en homard américain pour mener à bien leurs activités de transformation; d'autre part, les fournisseurs canadiens ont besoin du marché américain — le marché immédiat de la Nouvelle-Angleterre et les marchés finaux de la Californie, de New York et des États du Sud — pour y exporter leur homard. Nous devons faire un peu des deux.

Le sénateur Hubley : Quelle incidence cela a-t-il sur la traçabilité? Je vais encore prendre l'exemple de l'Île-du-Prince-Édouard, à savoir les moules Island Blue. Même à l'émission de

cooking shows come on, they are using P.E.I. mussels. It is amazing that they have been able to market that small product, get it into the markets and still maintain the quality. It is there because of its quality, no question about that. It is an amazing story, as far as marketing goes, to see a product like that being able to establish itself within the huge marketplace we have. Is that something lobster can do?

Mr. Lamont: Absolutely. It is something we are doing right now. Traceability can be looked at as a challenge; we prefer to look at it as an opportunity. We have the capability in many of our plants and export facilities right now to isolate and designate product by source. We are obliged, through certain European requirements, to have traceability at least back to the community, to the port level — not specific to a boat yet, but that is coming.

There are some hugely innovative programs. One that I will draw your attention to, with which you may already be familiar, is a program called This Fish. This Fish presents a technical component where seafood, and now lobster, is tagged.

In lobster, the tag is placed on the claw. The tag has a computer code. I deal with harvesters who apply these fish tags to their lobsters and they give me only the hard-shell, strong market product. I market that product right now on two major programs internationally, one in Las Vegas and one in Holland. When our consumers receive our Canadian “This Fish” tagged lobsters, they can go online, reference the tag number and see the individual harvester who caught that product on a given day, from a given port. Here is an example of the tag, with the computer code on the back.

Correspondingly, the harvester can go online and find out where his or her lobster under that code has wound up anywhere in the world. It could be in Beijing, Seoul or Chicago. In this Facebook world, more and more consumers are concerned about the origin, traceability and quality of their product. For the price of about a 10-cent tag, and with current technology, it is a wonderful traceable avenue.

The industry is making some advances in these areas by leaps and bounds. We just cannot keep up with a challenging economy and a catch that has gone up 40 per cent, but we are making progress.

Senator Poirier: Thank you for the presentation and the good information. I will start with a few questions, and if there is time for round two, I will try to get back on. In your draft discussion paper that you presented in October 2012, you talked about the three points we just talked about — the quality, the price setting and the brand building — as a plan of action. The purpose of doing that was to basically increase the percentage of the industry

cuisine de la chaîne 5 dans les Maritimes, on utilise des moules de l'Île-du-Prince-Édouard. C'est incroyable qu'on réussisse à commercialiser ce produit régional sur les marchés et à maintenir sa qualité. Ce qui le distingue, c'est sa grande qualité, cela ne fait aucun doute. Il est extraordinaire de voir qu'un produit semblable parvient à se tailler une place sur un marché immense. Peut-on faire la même chose avec le homard?

M. Lamont : Tout à fait. C'est ce que nous faisons actuellement. On peut voir la traçabilité comme un obstacle; nous préférons la considérer comme une possibilité. Nous sommes présentement capables, dans nombre de nos usines et de nos installations d'exportation, d'isoler un produit et d'en connaître la source. D'ailleurs, pour nous conformer à certaines exigences européennes, nous devons pouvoir remonter au moins jusqu'à la collectivité de pêcheurs ou au port de pêche — pas encore jusqu'au bateau, mais cela s'en vient.

Il y a des programmes tout à fait novateurs. J'attirerais entre autres votre attention sur un programme — que vous connaissez peut-être déjà — appelé This Fish. Ce programme comporte un volet technique qui consiste à étiqueter les fruits de mer et, maintenant, le homard.

Dans le cas du homard, l'étiquette est placée sur la pince. L'étiquette comprend un code informatique. Je fais affaire avec des pêcheurs qui mettent ces étiquettes sur leurs homards, et ils me fournissent uniquement des homards à carapace dure, qui sont un produit de grande valeur sur le marché. À l'heure actuelle, je commercialise ce produit dans le cadre de deux grands programmes, un à Las Vegas et l'autre en Hollande. Lorsque les consommateurs reçoivent les homards canadiens étiquetés, ils peuvent aller en ligne, entrer le numéro qui se trouve sur l'étiquette et voir le pêcheur qui a capturé le produit un jour donné, dans un port donné. Voici un exemple de l'étiquette, avec le code informatique à l'arrière.

À son tour, le pêcheur peut découvrir où le homard portant ce code s'est retrouvé dans le monde. Ce pourrait être à Beijing, à Séoul ou à Chicago. À l'ère de Facebook, de plus en plus de consommateurs veulent connaître l'origine, le chemin parcouru par le produit et la qualité du produit. Moyennant une étiquette d'environ 10 ¢, et grâce à la technologie actuelle, on peut exploiter une possibilité extraordinaire en matière de traçabilité.

L'industrie avance à pas de géants dans ce domaine. Nous ne pouvons tout simplement pas composer avec une économie difficile et un nombre de captures qui a bondi de 40 p. 100, mais nous réalisons des progrès.

Le sénateur Poirier : Je vous remercie de votre exposé et de toute l'information utile que vous nous fournissez. Je vais d'abord poser quelques questions, et, si nous avons assez de temps pour faire un deuxième tour, j'essaierai de faire une autre intervention. Dans le document provisoire que vous avez présenté en octobre 2012, vous mentionnez les trois points dont nous venons tout juste de discuter — la qualité, l'établissement des prix et la valorisation de

wealth for the industry participant to reduce the money left on the table, and there were other things.

I also noticed that you mentioned in your report phases 1, 2 and 3. Phase 1 was the immediate phase; phase 2 was the intermediate phase; and phase 3 was the implementation phase. What is your time frame to accomplish the three phases?

Mr. Irvine: We do not exactly know yet, Senator Poirier. We are also not exactly sure that we will adopt those exact phases. This was a consultant's report that was presented to us, and we are using it as a road map or a toolbox of options. We have not yet decided exactly how to proceed with that.

Our plan is to run with whatever we do immediately, after consulting more with the industry. I see us rolling out these two major projects, branding and quality, over the next three to six months or however long it takes. We want to make sure we do it correctly.

Senator Poirier: One of the comments you made is that in 1988 you had a good supply but no price. Here we are in 2012, and we still have good supply with no price.

In my home province of New Brunswick I am very familiar with zone 25. I am sure you are aware of the problems we heard about over the summer and some of the concerns of the fishermen. The concerns there had nothing to do with overfishing. They had to do with price, with lobster coming in from the United States where the price was lower than it was here. Global warming may be part of the problem, with quality of product in Eastern Canada being another part. Would you like to comment on that?

Mr. Lamont: Yes. First, I think the dividing line is roughly 2008. Prior to 2008, there were smaller catches but higher prices. In 2008 we began, in a significant way, to lose the exchange advantage that we had for 30 years. Prior to 2008, generally speaking, in Atlantic Canada, Quebec and the United States, catches were lower and prices were higher. Prices were higher in part simply because there was less supply, but in part because we had the advantage of an exchange-based competitive situation.

Thank God that in the last four years catch rates have increased, because from a harvester's standpoint, if you are going to be paid a low price, you had better catch a significant volume. There are areas in Atlantic Canada that have not caught significant volumes, but, generally speaking, the catch rates throughout the entire region have been extremely good lately. It is just the exchange rate that has caused us huge pain.

l'image de marque —, qui forment le plan d'action. Le plan d'action vise à augmenter le pourcentage des revenus de l'industrie conservé par les participants de l'industrie pour réduire le total des sommes perdues et pour améliorer d'autres aspects.

J'ai aussi remarqué que vous parlez dans votre document des phases 1, 2 et 3. La phase 1 comprend les phases immédiates, la phase 2, les phases intermédiaires, et la phase 3, les phases de mise en œuvre. Quel est le délai prévu pour l'accomplissement de ces trois phases?

M. Irvine : Nous ne le savons pas encore exactement, monsieur Poirier. Nous ignorons également si nous allons suivre précisément ces phases. Ce document a été préparé par des consultants, et nous l'utilisons comme feuille de route ou comme outil de solutions. Nous n'avons pas encore décidé exactement comment nous allons procéder.

Notre projet consiste à poursuivre ce que nous faisons à l'heure actuelle après avoir consulté davantage l'industrie. Je crois que nous allons exécuter ces deux grands projets concernant l'image de marque et la qualité au cours des trois à six prochains mois, ou le temps qu'il faudra. Nous voulons nous assurer de le faire correctement.

Le sénateur Poirier : En 1988, vous aviez dit entre autres que les stocks étaient satisfaisants, mais que les prix étaient bas. Nous revoici en 2012; les stocks sont toujours satisfaisants, et les prix, toujours bas.

Le Nouveau-Brunswick est ma province natale, et je connais très bien la zone 25. Je suis convaincue que vous êtes au courant des problèmes dont on a parlé cet été et de certaines des préoccupations des pêcheurs. La surpêche ne fait pas du tout partie des préoccupations de cette région. Les pêcheurs se préoccupent des prix, en raison du homard en provenance des États-Unis, où le prix est plus bas qu'ici. Le réchauffement de la planète peut être une partie du problème, et la qualité du produit dans l'Est du Canada, une autre partie. Voudriez-vous faire un commentaire sur cette question?

M. Lamont : Oui. Tout d'abord, je crois que le tournant se situe autour de 2008. Avant 2008, les prises étaient moins importantes, mais les prix étaient plus élevés. En 2008, nous avons commencé à perdre l'avantage que nous procurait le taux de change depuis 30 ans. Avant 2008, de manière générale, dans le Canada atlantique, au Québec et aux États-Unis, les prises étaient moins abondantes, et les prix, plus élevés. Les prix étaient plus élevés, d'une part, tout simplement, parce que l'offre était réduite, mais aussi, d'autre part, parce que le taux de change nous procurait un avantage concurrentiel.

Dieu merci, au cours des quatre dernières années, les taux de capture ont augmenté; en effet, du point de vue des pêcheurs, si les prix offerts sont bas, mieux vaut que le volume des captures soit important. Il y a dans le Canada atlantique certains secteurs où les captures ne sont pas importantes, mais, de manière générale, les taux de capture de toute la région ont été très bons dernièrement. Le taux de change, cependant, nous a fait beaucoup de mal.

Senator Poirier: Also in New Brunswick this year one of the problems was that even if the catch was good there was not a buyer for the entire catch. A limit was put on the quantity they would buy from each fishermen, which caused a huge problem. Has your industry been able to work with New Brunswick fishermen on this specific issue to find solutions so that we do not face the same problem next summer?

Mr. Leblanc: Working groups are being formed in P.E.I. and New Brunswick to talk specifically to this subject. The Lobster Council of Canada had a strong membership from New Brunswick in Chéticamp to talk about the continuing crisis in our lobster fishery, and their concerns are on the minds of all the members of the Lobster Council of Canada. We are trying our hardest to mend the problem for everyone. We know what the problems were in New Brunswick. As a harvester, I can tell you that it bothers me, because I know their pain, I know what they and their families are going through.

There are two working groups from P.E.I. and New Brunswick, and some from Nova Scotia, that are about to start a good dialogue and hopefully come to a solution in that area. The council is open to helping them in any way we can.

Senator Poirier: Is there any collaboration between your industry and the American industry? Are there communications between the two countries? Obviously some of the problems are caused by things happening in both countries.

Mr. Irvine: We talk to our colleagues in the United States all the time. We have regular discussions with the Maine Lobstermen's Association and dealers there. Mr. Lamont works with people down there all the time. The harvesters join together a lot. There is a fair amount of bilateral discussion.

We have also talked frankly in the past about working together to promote *Homarus americanus*, because we share it with the Americans. This is something that gets tossed about from time to time, and it is a real question mark. Should we be working with them more closely in marketing this product that we share? As of today, we have decided to market Canadian lobster. In fact, our friends in Maine are embarking on a promotional campaign to market Maine lobster. It is a competitive environment.

Senator Poirier: With lobster being such a delicacy food, has the economic recession in the last few years been one of the major problems faced by the lobster industry with regard to pricing?

Mr. Lamont: It has been the single greatest challenge. There is no question about that.

Le sénateur Poirier : Un autre problème que le Nouveau-Brunswick a connu cette année, c'est le fait que, même si la pêche était bonne, aucun acheteur ne voulait de la totalité des prises. On avait limité les quantités que chaque acheteur pouvait obtenir d'un même pêcheur, ce qui a causé d'énormes problèmes. Est-ce que votre industrie a été capable de travailler de concert avec les pêcheurs du Nouveau-Brunswick pour régler ce problème particulier, de façon qu'il ne se présente pas de nouveau l'été prochain?

M. Leblanc : On s'affaire à mettre sur pied, à l'Île-du-Prince-Édouard et au Nouveau-Brunswick, des groupes de travail qui discuteront précisément de cela. Le Conseil canadien du homard a réuni à Chéticamp un grand nombre de membres du Nouveau-Brunswick, afin de discuter de la crise continue de l'industrie de la pêche au homard, et tous les membres du Conseil canadien du homard ont à l'esprit leurs préoccupations. Nous faisons de notre mieux pour régler le problème pour tout le monde. Nous savons quels problèmes ont affecté le Nouveau-Brunswick. Je suis moi-même pêcheur, et je puis vous assurer que cela me dérange, parce que je comprends leurs difficultés et que je sais ce que vivent ces pêcheurs et les membres de leur famille.

Il y a deux groupes de travail, qui représentent l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick — il y a des gens de la Nouvelle-Écosse aussi —, et ils s'appêtent à entamer un bon dialogue pour, nous l'espérons, trouver une solution au problème. Le conseil est prêt à les aider de toutes les façons possibles.

Le sénateur Poirier : Est-ce que vous collaborez avec les intervenants de l'industrie des États-Unis? Est-ce que les deux pays communiquent entre eux? Il est évident que certains problèmes sont attribuables à des choses qui se produisent dans les deux pays.

M. Irvine : Nous sommes en communication constante avec nos collègues des États-Unis. Nous discutons régulièrement avec les intervenants de la Maine Lobstermen's Association et avec les commerçants de cette région. M. Lamont, dans le cadre de son travail, rencontre constamment des gens de cette région. Les pêcheurs se serrent les coudes. Il y a pas mal de discussions bilatérales.

Nous avons en outre discuté très franchement, dans le passé, de la possibilité de collaborer pour promouvoir l'*Homarus americanus*, espèce commune aux marchés respectifs de nos deux pays. On en discute de temps à autre, mais rien n'est jamais décidé. Devrions-nous collaborer plus étroitement avec les États-Unis pour assurer la mise en marché de ce produit commun? À l'heure actuelle, c'est le homard canadien que nous avons décidé de mettre en marché. D'ailleurs, nos amis du Maine vont lancer une campagne de promotion du homard du Maine. C'est un milieu compétitif.

Le sénateur Poirier : Le homard est un produit de luxe; est-ce que la récession des dernières années n'est pas l'un des plus grands problèmes de l'industrie du homard en ce qui concerne le prix?

M. Lamont : Elle a été en effet le principal problème. Cela ne fait aucun doute.

Senator McInnis: Thank you for coming. Your report to us was a pleasant surprise. You have quite a challenge to bring all the various parts of this puzzle together to make it work. I hope you can do it. Obviously, branding a product can be very expensive if you want to do it effectively. With the number of harvesters, processors and shippers that are involved, you should be able to amass quite a budget, and that will be necessary.

As we have seen with a number of other products, you can promote through television, radio, newsprint and all of that, but it is very costly. I wish you luck in that regard.

I was intrigued when I saw in the report the Lobster Academy that you are talking about and the education that will be required for the fishermen because they will have to be part and parcel of all of this in order to bring in a quality product. You might want to speak to that.

I want to pick up on open pen salmon farming. Mr. Lamont, you spoke about your niece who is 14 years of age and has access to all of what is going on in America and Canada, as do those in China and Asia. If these controversies, which seem to be prevalent in Nova Scotia, continue, how will that affect the quality of the product that you are attempting to brand? Do you understand the potential dangers?

Mr. Lamont: We understand the dangers all too well, I think. The world is a very small place today. China is an interesting example. China has more domestic aquaculture than any other country in the world. I should be very specific. My comments are with reference to open net pen fish farming. We think aquaculture in general is a superb addition to the product mix. We think it has benefits now and that it will grow in the future. We think there are ways, on land, with closed containment aquaculture programs, to generate the products that the world needs in terms of protein, and seafood specifically, without environmental degradation.

I am in the pristine business. All over Atlantic Canada we have unspoiled coastal waters that produce some of the finest seafood in the world and, ironically, we are just now being recognized for it. People in China with resources increasingly shy away from their own domestic aquaculture product because they are scared from a food safety and food risk standpoint. We just have to go back to the milk scare a couple of years ago in China and you can appreciate what I am referring to.

I think it is the wrong policy at the wrong time in the wrong industry completely. Part of my marketing approach as a marketer of Canadian lobster is that whether it goes to Belgium, Dubai, Korea or anywhere else in the world, you are getting the best of the best. Not only is it a terrific product, but it

Le sénateur McInnis : Merci d'être venus. Le rapport que vous nous avez transmis nous a agréablement surpris. C'est tout un défi que vous avez, de réunir tous les éléments de ce casse-tête afin que le tout fonctionne. J'espère que vous allez y arriver. Il est clair que la valorisation de la marque peut coûter très cher, si vous voulez le faire efficacement. Étant donné le nombre des pêcheurs, de transformateurs et d'expéditeurs mobilisés, vous devriez être en mesure d'amasser une bonne somme, et elle vous sera vraiment nécessaire.

Comme nous l'avons vu dans le cas de nombreux autres produits, la promotion peut se faire par le truchement de la télévision, de la radio, de la presse écrite et d'autres choses du genre, mais tout cela coûte très cher. Je vous souhaite bonne chance dans vos entreprises à cet égard.

J'ai été intrigué lorsque j'ai vu, dans le rapport, la mention de l'Institut du homard et des programmes de formation dont auront besoin les pêcheurs, puisqu'ils devront participer pleinement à cette initiative de manière à offrir un produit de qualité. Vous voudrez peut-être commenter cela.

J'aimerais revenir sur le sujet des élevages de saumons en cages en filet. Monsieur Lamont, vous avez parlé de votre nièce de 14 ans, qui a accès à tout ce qui est offert en Amérique et au Canada, comme tout le monde en Chine et en Asie. Si cette controverse, qui ne semble pas vouloir s'éteindre en Nouvelle-Écosse, continue, quel en sera l'impact sur la qualité du produit dont vous essayez de définir l'image de marque? Comprenez-vous les dangers potentiels?

M. Lamont : Nous ne comprenons ces dangers que trop bien, je crois. Le monde est très petit, aujourd'hui. La Chine est un exemple intéressant. La Chine mise davantage sur l'aquaculture que tout autre pays. Je devrais préciser que je parle ici de l'aquaculture en cages à filet. Nous pensons que l'aquaculture en général offre un magnifique complément à la gamme des produits offerts. Nous pensons qu'elle est avantageuse maintenant et qu'elle va prendre de l'expansion. Nous pensons qu'il existe des moyens de produire sur terre, grâce à des programmes d'aquaculture en parc clos, les produits dont le monde a besoin, c'est-à-dire des protéines et des fruits de mer, en particulier, sans nuire à l'environnement.

Je tiens à ce que l'industrie soit propre. Partout, le long des côtes du Canada atlantique, on dispose d'une eau non polluée qui produit certains des fruits de mer les plus fins du monde, et, pourtant, on commence tout juste à nous reconnaître pour cela. En Chine, les gens qui en ont les moyens s'abstiendront de plus en plus d'acheter les produits aquacoles de leur pays en raison de craintes liées à la salubrité alimentaire et de considérations relatives au risque que les aliments peuvent présenter. Nous n'avons qu'à penser au scandale du lait contaminé qui a secoué la Chine, il y a quelques années, pour comprendre ce dont je parle.

Je crois qu'il ne s'agit ni de la bonne politique, ni du bon moment, ni de la bonne industrie. Une partie de mon approche de la mise en marché du homard canadien consiste à dire que, peu importe que le produit soit envoyé en Belgique, à Dubaï, en Corée ou ailleurs, ce sera le fin du fin. Ce n'est pas seulement un

is coming from an environmental background that is second to none. We are well aware of the risks. We are speaking about it and hoping various levels of government will consider these very serious concerns.

Mr. Leblanc: I would like to come to the education part of your question, which is a daunting task to say the least. We have to understand our clients, who are fishermen. Fishermen are quite stubborn and set in their ways. That is our nature. The sea and the salt air make us tough.

The Chair: I thought that was only in Newfoundland.

Mr. Leblanc: It is everywhere. Having the entire industry, especially harvesters, develop the quality standard and being part of the discussion will make it not quite as hard to educate fishermen because it will come from them. It will not come from us telling them what the standard should be; it will come from the bottom up and the harvester on the boat telling us what quality he needs based on what the consumer is buying presently. There is no point in producing oranges if the consumer is buying apples. It does not make any sense. We must understand what the end use is. You start from there and work your way back to the harvester and explain why he has to change his way of doing business as opposed to how his grandfather did it.

In that sense it is going to be daunting, but I sincerely believe it is a task that we cannot afford to fail at because too many communities are depending on a better future. I have an enterprise that I will want to sell one day. Right now I cannot afford to sell it. I would take such a loss that I cannot afford to sell it. On the flip side, a new entrant cannot afford to buy it at the price I want because he would not make up the return to pay for it. Therefore, we cannot afford to fail. We need to straighten this industry out somehow. It is too big, too huge and too many people depend on it.

Mr. Irvine: I will follow-up on the Lobster Academy. It is happening today. We have had something like seven groups of buyers, journalists, food influencers go through the Lobster Academy, which is located in St. Andrews, New Brunswick. We have a residence there operated by the Huntsman Marine institute. East Coast Seafood has a plant on Deer Island and they take participants through their plant. Harvesters take them out on their boats. We just brought 20 international journalists from 11 different countries and got some fantastic press around the world. The Lobster Academy is happening now and it is very positive. The idea and plan is to use that facility to educate our industry, ourselves, dealers, buyers and harvesters.

excellent produit, c'est un produit qui vient d'un environnement sans égal dans le monde. Nous sommes tout à fait au courant des risques. Nous en parlons et nous espérons que les divers ordres de gouvernement se pencheront sur ces très sérieuses préoccupations.

M. Leblanc : J'aimerais passer au volet de votre question qui concerne la sensibilisation, qui représente un défi énorme, à tout le moins. Nous devons comprendre nos clients, ce sont des pêcheurs. Les pêcheurs sont assez entêtés, et il est difficile de leur faire changer leurs habitudes. C'est dans notre nature. La mer et l'air salin nous ont endurcis.

Le président : Je pensais que cela n'arrivait qu'à Terre-Neuve.

M. Leblanc : Cela arrive partout. Si tous les intervenants de l'industrie, en particulier les pêcheurs, participaient à l'élaboration des normes de qualité et aux discussions, il ne serait pas aussi difficile d'informer les pêcheurs, vu qu'ils le feront d'eux-mêmes. Nous ne leur dirons pas quelles devraient être les normes; elles seront établies par la base, et ce sont les pêcheurs qui nous diront quelle qualité est en demande, vu ce que les consommateurs achètent aujourd'hui. Il n'y a pas lieu de produire des oranges si les consommateurs achètent des pommes. Cela n'a pas de bon sens. Nous devons comprendre quelle sera l'utilisation finale. Cela doit être le point de départ, puis on remonte jusqu'au pêcheur et on lui explique pourquoi il doit changer sa façon de faire plutôt que de continuer à faire ce que son grand-père faisait.

Vu sous cet angle, c'est un défi de taille, mais je crois sincèrement que nous n'avons pas les moyens d'échouer, car un trop grand nombre de collectivités comptent sur cela pour avoir de meilleures perspectives d'avenir. Je possède une entreprise et je vais un jour vouloir la vendre. Pour l'instant, je ne peux pas me permettre de la vendre, j'essuierais une trop grosse perte. Je ne peux donc pas me permettre de la vendre. D'un autre côté, personne ne peut l'acheter au prix que je demanderais, car elle n'est pas assez profitable. Nous ne pouvons donc pas nous permettre d'échouer. Nous devons d'une façon ou d'une autre remettre cette industrie sur pied. Elle est trop importante, trop énorme, et trop de gens en dépendent.

M. Irvine : Je vais poursuivre sur le sujet de l'Institut du homard. C'est déjà en marche. Environ sept groupes d'acheteurs, de journalistes et de personnalités influentes du domaine de l'alimentation ont été reçus à l'Institut du homard, qui est situé à St. Andrews, au Nouveau-Brunswick. Il y a là une résidence administrée par le Centre des sciences de la mer Huntsman. L'entreprise East Coast Seafood a une usine à Deer Island, et elle y accueille les participants. Les pêcheurs les y emmènent en bateau. Nous venons tout juste d'accueillir un groupe de 20 journalistes représentant 11 pays, et nous avons obtenu une couverture médiatique magnifique, partout dans le monde. L'Institut du homard est une réalité, il donne de très bons résultats. Le concept, ou l'approche, consiste à utiliser ces installations pour informer les intervenants de l'industrie — nous-mêmes —, les commerçants, les acheteurs et les pêcheurs.

Senator Raine: Thank you very much. It is a real pleasure to have my eyes opened about the lobster industry. I am not a coastal person. I just know that it tastes good. I have this big fear that if it tastes good, spit it out, it is bad for you. There are all these people out there telling you what to eat and what not to eat.

Mr. Lamont: This is the rare exception, senator. This is not only tasty but also good for you.

Senator Raine: How well does the public know about the food value of lobster and how good it is? I am sure there are differences among live lobster, fresh lobster and processed lobster. Is the food quality maintained throughout the different kinds of lobster?

Mr. Lamont: As an industry, I do not think we have done a very good job of telling that aspect of the story, either. Lobster literally sold themselves for years and years. There is a myth associated with them. There is lustre associated with them. Many years ago, governments of various levels had promotional dollars to assist us with that effort, but in recent times not nearly enough has been done on the promotions side, and particularly on the food value and comparative side. You are right to draw attention. We have work to do in that regard.

Mr. Leblanc: We met with Agriculture and Agri-Food Canada this morning and came to the conclusion that we need to tell the story of the fishing industry, the 2012 version. There are many customers now who are high-tech and savvy and they want to know what they are eating. I think we may have failed. It is time we get together with federal and provincial governments and write the story of the lobster industry. It is one that would pretty well write itself, but it must be articulated. I think it is time we do it.

Senator Raine: I wanted to find out about the food value because when you are going out to market something as we move into an era where we know we have to take responsibility for our own health — we have to stay healthy and we want to eat healthy — we can trace our food. The ability to say that this is coming from a pristine market source is very valuable. Again, I am concerned that you might be putting it at risk with the open pen fish farming. Hopefully any expansion of fish farming is being monitored. You cannot have one industry that hurts another without its being somehow wrong.

You mentioned that in Asia the Australian rock lobster outsells the Canadian lobster price-wise and that we have gone in and, instead of pricing it one dollar less than theirs, we have beat each other up and have driven it to the bottom. Now we have an image of being not as good as. Who decides what is as good as?

Le sénateur Raine : Merci beaucoup. Vous m'avez ouvert les yeux sur l'industrie du homard, et j'en suis ravie. Je ne viens pas de la côte. Tout ce que je sais, c'est que c'est délicieux. Je tends à craindre les aliments qui ont trop bon goût et à me dire qu'il faut les éviter parce qu'ils sont mauvais pour la santé. Il y a tant de gens qui vous disent ce qu'il faut manger et ce qu'il ne faut pas manger.

M. Lamont : C'est une rare exception, sénateur. Non seulement le homard a-t-il bon goût, mais il est également bon pour la santé.

Le sénateur Raine : Dans quelle mesure le public connaît-il la valeur nutritive du homard et sait-il à quel point il est bon? Je suis sûre que le homard vivant, le homard frais et le homard transformé ne goûtent pas la même chose. Est-ce que la qualité se maintient, même si le homard n'est pas présenté de la même façon?

M. Lamont : C'est selon moi un autre aspect que nous n'avons pas bien réussi, en tant qu'industrie, à mettre en relief. Le homard s'est vendu tout seul pendant des années. Le homard est un symbole. Le homard a de l'éclat. Il y a bien des années, les divers ordres de gouvernement disposaient d'un budget promotionnel et nous aidaient à vendre le homard, mais, ces dernières années, on n'en a vraiment pas fait assez au chapitre de la promotion, en particulier la promotion de la valeur nutritive par rapport à des produits comparables. Vous avez raison d'attirer notre attention sur ce sujet. Nous avons du travail à faire dans ce domaine.

M. Leblanc : Nous avons rencontré ce matin des représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, et nous en sommes venus à la conclusion que nous devrions raconter l'histoire de l'industrie de la pêche, version 2012. Les clients aujourd'hui sont nombreux à maîtriser la technologie, et ils veulent savoir ce qu'ils mangent. Je crois que nous avons peut-être échoué. Il est temps de travailler de concert avec les gouvernements fédéral et provinciaux et de faire connaître l'industrie du homard. Cela pourrait à peu près se faire tout seul, mais il faut une structure. Je crois qu'il est temps que nous le fassions.

Le sénateur Raine : Si je posais cette question sur la valeur nutritive du homard, c'est que, si vous voulez mettre un produit sur le marché, à une époque où nous savons que nous sommes responsables de notre santé — que nous devons rester en santé et manger des aliments sains —, nous pouvons retracer l'origine de ce que nous mangeons. Le fait de pouvoir affirmer que ce produit vient d'un environnement resté intact est très précieux. Encore une fois, je crains que l'élevage de poissons dans des cages en filet ne mette cet environnement en péril. J'espère que les projets d'expansion des fermes aquacoles sont contrôlés. Une industrie qui nuit à une autre, cela ne peut être bon.

Vous avez dit qu'en Asie, la langouste australienne se vend plus cher que le homard canadien; vous avez également dit que, plutôt que de fixer notre prix à un dollar de moins que le prix de la langouste, nous nous sommes livrés une guerre de prix, entraînant une chute spectaculaire de ceux-ci. Aujourd'hui, le homard canadien a l'image d'un produit de moindre qualité. Qui décide de cette échelle de qualité?

What is a hard-shell lobster? Is it the hardness of the shell that protects the quality of the meat? Is it the amount of meat on the lobster? What determines a really good lobster?

Mr. Lamont: Would you have sufficient time to be marketing director of our company? I like everything you are saying.

Premium quality is detected in a number of ways. There are objective criteria. One is called blood protein. We take samples of lobsters and analyze the blood protein in those individual samples. There is a correlation between blood protein level, shell quality, meat content and survivability. In general, we are trying to achieve — this is a gross generalization — high blood-protein lobsters. When you examine a lobster that has a high blood protein, you will find it has a rock-hard shell, is extremely well-meated and has good survivability characteristics domestically and internationally in export. We have identified the objective criteria of premium quality lobster. Mother Nature has given us that lobster, although now there are environmental issues associated with global warming, warmer water temperatures and so forth. We are trying to create a standard from which we can market and sell our brand.

Senator Raine: Following up on that then, when you do your educating of the harvesters, will you ask them to leave the soft shell lobsters out swimming and only bring in the hard shells? Is that what you are looking at doing?

Mr. Lamont: Not initially, because the current income levels in harvesting are not such that we can confidently ask harvesters to leave stock behind. We do not ask; the federal government demands under a certain carapace length and so forth. We have the legal requirements of fishing, but in terms of soft shell, hard shell, we need to have harvesters and the industry designate that the portion of the catch that is not appropriate as a premium dining experience go to a different category. It must be processed whereby it can be turned into a premium-quality product. There is nothing wrong with the meat in a soft-shell lobster; there is just less of it. If we accumulate all the meat from all the soft-shell lobsters and produce a premium food product, it is the best of the best as well. It is a designation issue, not a harvesting issue.

Senator Raine: With regard to the survivability — I like to think of it as the virility — how long can they live when they are in their tanks being properly looked after?

Mr. Lamont: The industry now has a very sophisticated long-term holding capability. It has been driven by the fact that our customers worldwide demand 52-weeks-of-the-year supply. As a

Qu'est-ce qu'un homard à carapace dure? Est-ce que la dureté de la carapace assure la qualité de la chair? Est-ce que ce homard a plus de chair? Qu'est-ce qui fait qu'un homard est vraiment bon?

M. Lamont : Est-ce que vous auriez le temps de travailler comme directrice de la commercialisation dans notre entreprise? Tout ce que vous dites me plaît.

La qualité supérieure est fondée sur un certain nombre de critères. Il y a des critères objectifs, notamment celui de la protéine sanguine. Nous prélevons des échantillons sur des homards et analysons les protéines sanguines de chaque échantillon. Il existe une corrélation entre le taux protéique du sang, la qualité de la carapace, la quantité de chair et la capacité de survie. En général, nous essayons — je généralise énormément — de prendre des homards dont le taux protéique est élevé. Prenez un homard dont le taux de protéines dans le sang est élevé : sa carapace est dure, sa chair est très abondante, et il possède des caractéristiques qui favoriseront sa survie au Canada et, s'il est exporté, à l'étranger. Nous avons défini les critères objectifs qui s'appliquent au homard de qualité supérieure. Ce homard, c'est Dame Nature qui nous l'a donné, mais il faut tenir compte aujourd'hui des enjeux environnementaux liés au réchauffement de la planète, au réchauffement de l'eau, et cetera. Nous essayons d'établir une norme selon laquelle nous assurerons la commercialisation du homard et la promotion de son image de marque.

Le sénateur Raine : Poursuivons donc sur le sujet. Lorsque vous informerez les pêcheurs, est-ce que vous leur demanderez de remettre à l'eau les homards à carapace molle et de ne conserver que les homards à carapace dure? Est-ce que c'est ce que vous songez à faire?

M. Lamont : Pas pour commencer, non. Les revenus de la pêche sont actuellement si faibles que nous ne pouvons pas demander aux pêcheurs de laisser certains homards de côté. Nous ne demandons rien; le gouvernement fédéral a défini la longueur minimale de la carapace et imposé certains critères du même ordre. Nous sommes soumis aux lois sur les pêches, mais, pour ce qui est des homards à carapace dure et d'autres à carapace molle, nous devons demander aux pêcheurs et aux autres intervenants de l'industrie de décrire les prises qui ne peuvent être considérées comme un produit alimentaire de qualité supérieure, et elles seront utilisées différemment. Le produit sera transformé et peut devenir de cette façon un produit de première qualité. On n'a rien à reprocher à la chair des homards à carapace molle; c'est tout simplement qu'elle est moins abondante. Si nous recueillons toute la chair des homards à carapace molle, nous pouvons en faire un produit de qualité supérieure, et ce sera toujours un produit de qualité supérieure. C'est une question de désignation, pas une question de récolte.

Le sénateur Raine : En ce qui concerne la capacité de survie — je préfère parler de virilité —, combien de temps un homard peut-il vivre dans un bassin, si on en prend bien soin?

M. Lamont : L'industrie peut maintenant compter sur une capacité de conservation à long terme très perfectionnée. C'est que les consommateurs de tous les pays exigent un

marketer of lobster in Europe and Asia in particular, I am not allowed to tell my customers, "Sorry, we are out of product this week." That is not in the mix. To have product between seasons until the next production period comes we have as an industry developed long-term holding capabilities. Think of the long-term holding capabilities as condominiums for lobster. Lobster are individually stored in individual units that replicate the conditions that lobsters find themselves in on ocean bottom. Lobsters are territorial. They like to hide between rocks, under ledges and so forth, so we create a condominium in which the lobster does not confront or deal with any of its fellows. We have hospital-like conditions to hold those lobsters for the long term. We monitor temperature to the half degree. We monitor oxygen to the greatest extent possible. We filter the water system so there is no ammonia whatsoever or virtually none in the water. We monitor salinity so that the salt content in the water on land is the same as on the sea.

We can very successfully as an industry now hold lobsters in essentially hibernation for up to six months at a time. We now have the capability to make certain that lobsters caught in May can be sold through June, July, August, September and early October, until the next production season starts in Atlantic Canada. Once again, we have made many technical advances.

Senator Raine: This chart that I looked at here shows the seasonality of the prices. You should be able to bring that down now and not have so many spikes or dips on it.

Mr. Lamont: Spikes can be a good thing. For the profitability of the industry, we need the occasional spike, which reflects less supply and a greater price in the market.

We are trying to get at a level, instead of the \$3 or \$4 price level from the harvester, and move the value chain up from there. We want to get to a \$4.50 to \$5.50 a pound price level and move the value chain up from there. We have had to go down too low because of the large volume of catch and the challenging economic conditions. The solution is market-based. We simply have to find more market. There is wonderful opportunity to do that in Asia. You just do not do it overnight.

Senator Raine: Prince Edward Island has done a fantastic job of becoming known in Japan through *Anne of Green Gables*. Maybe we need to have a sequel to *Anne of Green Gables* talking about her father being a lobster fisherman. Asia knows the West Coast of North America but not the East Coast as well because it is a lot further away.

approvisionnement constant, 52 semaines par année. Comme je vends du homard en Europe et en Asie, surtout, je ne peux pas dire à mes clients : « Je m'excuse, je n'en ai pas cette semaine. » Ce n'est pas une réponse envisageable. Pour pouvoir offrir un produit en toutes saisons, c'est-à-dire en attendant la prochaine saison de pêche, l'industrie a mis en place des installations de conservation à long terme. Vous pouvez voir ces installations de conservation à long terme un peu comme des condominiums pour homards. Les homards disposent chacun d'une unité où sont reproduites les conditions que l'on retrouve dans le fond de l'océan. Les homards ont un comportement territorial. Ils aiment se cacher entre deux pierres ou sous une saillie, par exemple, et c'est pourquoi nous avons conçu des condominiums dans lesquels les homards n'auront pas à croiser ni à affronter leurs congénères. Les homards qui y sont conservés pour de longues durées sont aussi bien traités qu'à l'hôpital. Nous contrôlons la température au demi-degré près. Nous contrôlons le mieux possible la teneur en oxygène. Nous avons un système de filtrage de l'eau qui élimine pour ainsi dire toute trace d'ammoniac dans l'eau. Nous contrôlons la salinité, car nous voulons que la concentration en sel soit la même dans les exploitations terrestres que dans l'océan.

Notre industrie réussit parfaitement à conserver les homards en état d'hibernation, pour ainsi dire, pendant des périodes pouvant atteindre six mois. Nous sommes maintenant en mesure de nous assurer que les homards pêchés en mai pourront être vendus en juin, en juillet, en août, en septembre et au début d'octobre, soit jusqu'au début de la saison de pêche dans le Canada atlantique. Je le répète, nous avons fait de nombreux progrès sur le plan technique.

Le sénateur Raine : Le graphique que j'ai sous les yeux montre les fluctuations des prix selon les saisons. Vous devriez pouvoir contrôler cela un peu mieux et éviter les nombreux creux et pics.

M. Lamont : Les pics, c'est parfois une bonne chose. Pour que l'industrie soit profitable, nous avons besoin d'une flambée occasionnelle qui reflète une diminution de l'offre et une augmentation correspondante du prix sur le marché.

Nous essayons d'atteindre un certain niveau; plutôt qu'un prix de 3 ou 4 \$ pour le pêcheur, nous voulons améliorer à partir de là les éléments de la chaîne de valeur. Nous voulons obtenir un prix de 4,50 à 5,50 \$ la livre et améliorer la chaîne de valeur à partir de cela. Nous avons beaucoup trop baissé, en raison du grand volume des prises et de la mauvaise conjoncture économique. La solution est liée aux marchés. Il nous suffit de trouver d'autres marchés. Il existe des débouchés extraordinaires en Asie. Mais cela ne se fait pas du jour au lendemain.

Le sénateur Raine : L'Île-du-Prince-Édouard a réussi quelque chose de formidable en se faisant connaître au Japon grâce à *Anne, la maison aux pignons verts*. Nous pourrions peut-être publier une suite à ces aventures où le père d'Anne est un pêcheur de homard. En Asie, on connaît la côte Ouest de l'Amérique du Nord, mais pas aussi bien la côte Est, qui est beaucoup plus éloignée.

To Asia it is 42 to 48 hours shipping, and to Europe 36 to 40, so significantly less. Would there be any opportunity to build some lobster condos on the West Coast? It would be a little closer.

Mr. Lamont: Yes. The trouble is from a freight perspective. Our company could ship to Vancouver and temporarily refresh the product, and after 48 hours reship it on to Asia. The challenge is that the cost of packaging and incremental freight cost make it unattractive. The Americans tried that many years ago with shipping product to Hawaii first and then it would go on to Japan. They had to drop that because it was not cost-competitive.

I like your idea of *Anne of Green Gables*. I want to combine *Anne of Green Gables* and Dr. Norman Bethune. Dr. Bethune is known and respected in China even to this day. I am joking, but I am not. There are some iconic images that help to market product internationally, and we need to embrace them.

Mr. Irvine: One way that we are dealing with these foreign markets and distant markets is with our processed products. Well over half of the value of Canadian lobster is in processed form today. That means it is mostly frozen; it can be fresh or pasteurized, but the frozen product can be put in a reefer container and sent to China with absolutely no problem with the quality and no difference.

To your question about our processed products tasting different from live and fresh products, the answer would be that today there is very little difference. We have come a long way in our processing technology. We can deliver a beautiful whole cooked lobster or a green tail or meat products that taste every bit as good as something we cook and prepare at home. Also, there is the convenience factor. The modern consumer in every market wants to be able to get at their food much easier, so the processing sector is responding to that.

New Brunswick, for example, exported \$400 million worth of lobster last year, and \$348 million of that was processed, just to show you how dramatic it is in New Brunswick. P.E.I. has very big numbers as well.

The Chair: Earlier in your testimony you mentioned that when the Canadian lobster enters another country it becomes that country's product. I wonder about the challenge you face when that happens. Can you touch on that? When it leaves here, in regard to getting into the market in that country, what are the challenges there and what avenues do you have to ensure that your product stays the top-notch quality it is when it leaves here and enters that market?

Mr. Lamont: There is no doubt that it is a challenge. It is particular and specific to America. Our borders are such and our trade back and forth is such in a product like lobster that it emerges regularly.

Expédier des produits en Asie, cela prend de 42 à 48 heures, et il en faut de 36 à 40 pour les expédier en Europe; c'est beaucoup moins long. Ne serait-il pas possible de construire des condos à homards sur la côte Ouest? Ils seraient un peu plus proches.

M. Lamont : Oui, mais le transport pose problème. Notre entreprise pourrait envoyer les produits à Vancouver et les conserver temporairement, puis les expédier en Asie après 48 heures. Le défi, c'est le coût de l'emballage et le coût du transport supplémentaire, qui fait que c'est un projet peu attrayant. Les Américains l'ont essayé, il y a déjà nombre d'années, en envoyant le produit à Hawaï d'abord, pour ensuite l'expédier au Japon. Ils ont abandonné le projet, il n'était pas rentable.

J'aime votre idée concernant *Anne, la maison aux pignons verts*. Mais je voudrais combiner ce roman et l'histoire du Dr Norman Bethune. Le Dr Béthune est connu et respecté encore aujourd'hui, en Chine. Je plaisante, mais il y a du vrai dans tout ça. Il existe des symboles qui nous aident à commercialiser un produit à l'étranger, et nous devons nous en servir.

M. Irvine : Nous abordons ces marchés étrangers et distants grâce — entre autres — à nos produits transformés. Le homard transformé génère bien au-delà de la moitié de la valeur des ventes de homard canadien. Cela veut dire qu'il est dans la plupart des cas congelé; il peut aussi être vendu frais ou pasteurisé, mais le produit congelé peut être envoyé en Chine dans un conteneur réfrigérant, sans aucun problème de qualité ni aucune différence.

Au sujet de votre question sur le goût des produits transformés par rapport au goût des produits vivants et frais, je répondrais qu'aujourd'hui, il n'y a presque plus de différence. La technologie de la transformation a beaucoup évolué. Nous pouvons maintenant offrir un magnifique homard entier, cuit ou vivant, ou encore un produit transformé qui sera tout aussi bon que si vous l'aviez cuit et préparé vous-même. Il faut également tenir compte de la commodité. Le consommateur moderne, peu importe le marché, veut des aliments prêts à manger, et le secteur de la transformation répond à ces attentes.

Le Nouveau-Brunswick, par exemple, a exporté pour 400 millions de dollars de homard l'an dernier, et le homard transformé comptait pour 348 millions de dollars. Vous voyez donc à quel point c'est important au Nouveau-Brunswick. Les chiffres sont tout aussi impressionnants à l'Île-du-Prince-Édouard.

Le président : Dans votre témoignage, vous avez mentionné plus tôt que, lorsque le homard canadien entre dans un autre pays, il devient le produit du pays. Je me demande quelles sont les difficultés auxquelles vous faites face lorsque cela arrive. Pouvez-vous nous en parler? Lorsque le produit quitte le Canada — en ce qui concerne son entrée sur le marché d'un autre pays —, quelles sont les difficultés constatées et quelles sont les avenues qui vous permettent d'assurer l'excellence de la qualité du produit qui quitte le Canada et entre sur le marché?

M. Lamont : Il n'y a aucun doute qu'il s'agit d'une difficulté. Cela est propre à l'Amérique du Nord. Nos frontières et notre commerce transfrontalier font en sorte que cela arrive régulièrement pour un produit comme le homard.

Things take place like this: An American exporter can buy Canadian lobster and combine it on a case-by-case basis with U.S. domestic product. The U.S. domestic product may be 30 or 40 per cent cheaper, so that you could blend the two lobsters in the box, sell those lobsters internationally, allegedly as Canadian lobster, and have lowered your cost average such that Canadian exporters cannot compete.

There are official ways where product travels back and forth between the two borders. If I import legally and take all the proper efforts with importing lobster into Canada and bring it to our facility, it is quite legitimate. I do not happen to think it is a terrific policy, but, in terms of country-of-origin legislation, it is perfectly legitimate to import product and sell it as product of one's own country under certain circumstances.

Our job is to educate our consumers and our wholesale distributors worldwide as to what the real qualities associated with Canadian premium product are and have them looking for it when they buy it. Generally, it is like everything else in life. You get what you pay for. If the price seems too low for Canadian premium hard shell, you are probably not getting 100 per cent Canadian premium hard shell.

Senator Raine: The American lobster is not hard shell, or not all hard shell?

Mr. Lamont: It is not all hard shell. American lobster is generally caught and exported on a post-moult basis. Lobsters shed their shells on an annual basis, and that frequently takes place in July and early August. American lobsters are starting to be caught in the traps in a very serious way from mid-June onward. Their lobsters tend to have recently shed their shells, taken on new shells, and they are referred to in the trade as shedders. They are medium shell, some hard shell, but overwhelmingly a medium shell at best, and a lot of them are soft shell. Their attraction is price. They are much less costly. In a Walmart world, where it says on the door, "We sell for less," that is popular in a lot of markets. We have to be in the quality business. We cannot compete on price with a post-moult, soft-shell lobster. We have to sell premium hard shell, and we have to ask more for it. The only way we can ask more for it is if consumers know that they get a better experience from it.

Senator Raine: I guess I am a bit obtuse here. Are the American lobster harvesters happy to have less at the wharf than the Canadians?

Mr. Lamont: They are not happy at all to have less, but they know reality. Not any of us individually sets prices. The market sets the prices, and it is generally determined, the so-called Boston price for lobster, and on any given day, 90 per cent of the time and not 100 per cent of the time, a Canadian lobster is worth

Les choses se déroulent de cette façon : un exportateur américain peut acheter du homard canadien et le combiner — au cas par cas — avec du homard américain. Le prix du produit américain pourrait être de 30 à 40 p. 100 moins élevé, de sorte que vous pourriez mettre les deux homards dans une même boîte, les vendre à l'étranger comme du homard canadien et faire baisser votre coût moyen, auquel les exportateurs canadiens ne peuvent faire concurrence.

Il y a des façons officielles de faire voyager un produit entre les deux frontières. Si je l'importe légalement et que j'entreprends toutes les démarches nécessaires pour importer le homard au Canada pour approvisionner notre usine, c'est tout à fait légitime. Je ne trouve pas nécessairement qu'il s'agit d'une bonne politique, mais, selon les dispositions législatives relatives au marquage du pays d'origine, il est tout à fait légitime d'importer un produit et de le vendre comme un produit du pays dans certaines circonstances.

Notre travail vise à sensibiliser nos consommateurs et nos distributeurs en gros de partout dans le monde aux qualités du produit canadien de qualité supérieure et à les inciter à rechercher ces qualités, lorsqu'ils achètent ce genre de produits. En général, c'est comme n'importe quoi dans la vie. La qualité a un prix. Si le prix d'un homard à carapace dure — un homard canadien de qualité supérieure — semble trop bas, ce n'est probablement pas un homard à carapace dure de qualité supérieure.

Le sénateur Raine : Les homards provenant des États-Unis ne sont pas tous à carapace dure?

M. Lamont : Ce ne sont pas tous des homards à carapace dure. Le homard américain est généralement pêché et exporté après la mue. Les homards perdent leur carapace chaque année, et cela arrive souvent en juillet et au début d'août. La pêche au homard américain bat son plein à partir de la mi-juin. Les homards américains tendent à avoir récemment mué et à avoir une nouvelle carapace. Dans le domaine, on les appelle des « homards en mue ». Certains sont à carapace plus ou moins dure et d'autres sont à carapace dure, mais la vaste majorité des homards sont à carapace plus ou moins dure — dans le meilleur des cas —, et beaucoup d'entre eux sont à carapace molle. C'est leur prix qui est attirant. Ils sont beaucoup moins chers. Tout comme Walmart qui arbore le slogan « Nous vendons moins cher », c'est une pratique populaire dans beaucoup de marchés. Nous devons nous distinguer par notre qualité. Il est impossible de faire concurrence au homard à carapace molle sur le plan du prix. Il faut vendre un homard à carapace dure de qualité supérieure et demander un prix plus élevé. La seule façon d'y arriver, c'est de veiller à ce que les consommateurs sachent qu'ils obtiendront un meilleur produit.

Le sénateur Raine : J'ai l'impression d'être un peu obtuse. Les pêcheurs américains s'accommodent-ils de recevoir moins pour leur homard que les Canadiens?

M. Lamont : Pas du tout, mais ils connaissent la réalité. Ce n'est pas nous qui fixons le prix. C'est le marché qui le fait, et il est généralement déterminé que, selon le soi-disant prix de Boston pour le homard — peu importe le jour, 90 p. 100 du temps —, le homard canadien vaut de 1 \$ à 4 \$ la livre de plus que le homard

\$1 to \$4 more a pound than the American counterpart. It is not because customers want to give their money away to Canadians but because the market objectively recognizes that ours is a better product. There are all kinds of caveats to that, but that is generally the case.

Senator Raine: I was involved this past year with a maple syrup motion. Again, you have a group of producers, Canadian and American, who got together as an industry and said there were a lot of different ways of grading maple syrup, depending on the jurisdiction. It was very complicated. They started seeing their market being eroded. Europeans would buy maple syrup, cut it with sugar water and pass it off as maple syrup. They got together to protect that. Once it is protected, they will then market jointly to the world in terms of grading it, and properly graded. United, they would go forward stronger. I guess you are not quite ready to get together with the Americans on a grading system that you could both live with?

Mr. Lamont: With the biological gaps, it would be challenging, to say the least, but that is the kind of thinking that we have to embrace sooner rather than later. We compete with American harvesters and American exporters, but it is not like we do not want them to be successful. We are all in the lobster business. We want our enterprise and our business model to work. If we can work cooperatively to make the two work better, we are good with that.

The Chair: I may have missed a comment you made. My understanding is that we combine our lobsters going to Asia, Europe, with the Americans. Is there a combination of American lobsters and Canadian lobsters in one box?

Mr. Lamont: I am saying it is quite possible and happens semi-frequently that American exporters can buy Canadian lobster and import it perfectly legally — this is not illegal activity — into the country, but they can blend the two lobsters on a per case basis. Average down, they can sell it as hard shell lobster. They may not be able to sell it as Canadian lobster at that point, but they can blend down their cost average because the American one third or 20 per cent in the box is substantially less expensive inventory.

The Chair: I wonder how much of that goes on and how much is going into the market stamped “Canadian lobster.”

Mr. Lamont: It is just anecdotal. I did not mean to imply a widespread phenomenon. We have an education job to do to make certain that our product is 100 per cent and well known and documented and respected.

The Chair: As Canadian lobster?

américain. C'est non pas parce que les clients veulent donner leur argent aux Canadiens, mais plutôt parce que le marché reconnaît objectivement que notre produit est de meilleure qualité. On pourrait formuler toutes sortes de réserves à cet égard, mais c'est généralement le cas.

Le sénateur Raine : Cette année, j'ai participé à l'adoption d'une motion relative au sirop d'érable. Encore une fois, nous avons un groupe de producteurs canadiens et américains qui se sont regroupés en tant qu'industrie et qui disent que les façons de classer le sirop d'érable varient beaucoup d'une administration à une autre. C'était très compliqué. Le marché commençait à s'éroder. Les Européens achetaient du sirop d'érable, le diluaient avec de l'eau sucrée et le revendaient comme du sirop d'érable. Les producteurs se sont réunis pour protéger le produit. Une fois que ce sera fait, ils pourront conjointement mettre en marché des produits classés adéquatement. L'union fait la force. Je suppose que vous n'êtes pas tout à fait prêts à collaborer avec les Américains pour établir un système de classification qui vous conviendrait?

M. Lamont : En raison des différences d'ordre biologique, ce serait pour le moins difficile, mais, tôt ou tard, c'est le genre d'attitude qu'il faudra adopter. Nous sommes en concurrence avec les pêcheurs et les exportateurs américains, mais ce n'est pas comme si nous ne voulions pas qu'ils réussissent. Nous sommes tous dans le même bateau. Nous voulons que notre modèle d'entreprise et notre modèle d'affaires fonctionnent. Si nous pouvions travailler de concert pour permettre aux deux de mieux fonctionner, cela nous conviendrait.

Le président : J'ai peut-être manqué un commentaire que vous avez fait. Je crois comprendre que nos homards destinés à l'Asie et à l'Europe sont combinés avec ceux des États-Unis. Y a-t-il combinaison de homards américains et canadiens dans une même boîte?

M. Lamont : Ce que je dis, c'est qu'il est tout à fait possible et relativement fréquent que des exportateurs américains achètent du homard canadien et l'importent de façon tout à fait légale dans leur pays — ce n'est pas une activité illégale —, mais ils peuvent combiner les deux types de homard selon leurs besoins. En réduisant le coût moyen... Ils peuvent vendre le produit en tant que homard à carapace dure. Ils ne peuvent peut-être pas le vendre en tant que homard canadien, mais ils peuvent réduire le coût moyen parce que la présence d'un tiers ou de 20 p. 100 de homard américain dans une boîte contribue à réduire considérablement le coût.

Le président : Je me demande à quelle fréquence cela se produit et combien de produits marqués « homard canadien » entrent sur le marché.

M. Lamont : Ce ne sont que des observations empiriques. Je ne voulais pas donner l'impression qu'il s'agit d'un phénomène répandu. Nous avons un travail de sensibilisation à faire pour que les gens s'assurent que le produit est authentique, connu, documenté et respecté.

Le président : En tant que homard canadien?

Mr. Lamont: Correct.

Senator Unger: Thank you, gentlemen. You sure presented us with a lot of information. It is a lot for me a lot to digest. Pardon the pun.

The committee will be issuing a report in the near future. From everything we have heard, do you have key recommendations that you would like the committee to consider?

Mr. Irvine: Your committee?

Senator Unger: Yes.

Mr. Irvine: From our perspective, we would like you to maybe ingest some of the things we presented here and keep in mind that the solutions are complex. From our perspective, sitting at the Lobster Council table, we think they all revolve around quality and branding and price. We have the three pillars that we believe in, and there is lots of information in our report. That is what we are going to be focusing on. We would like all the different levels of government and the people of Canada to support us on that.

The summary would be that it is complex. The solutions are different in each different sector. The processing sector has some different challenges than the live sector, and harvesters in different areas have different solutions as well. Any solutions we come up with, and we talk about it every day, have to be flexible based on the unique situation in each area.

Mr. Leblanc: I would like to add to what Mr. Irvine just mentioned. It is important that all levels of government join us in the strategy. The industry by itself cannot do it on its own. We need financial commitments from the provinces, the federal government and the industry to arrive at a solution. The industry by itself, in the financial crisis it is in, cannot commit the entire portion of the money that is necessary to do this job. It will take a substantial investment to do it right, because we may have just one chance to fix it. It is kind of a small opportunity that is before us right now. We have a little window of opportunity, with all industry sitting together, and the last thing we need is to have governments putting up roadblocks that would stop us from succeeding. We need the cooperation of all levels of government. We met with the provincial fisheries ministers, and they are on side. We met with all five of them two weeks ago. We need the Department of the Environment, DFO, Agriculture and Agri-Food Canada and all of you to join us in getting the job done.

Senator McInnis: Earlier, you mentioned that the membership dues have now offset DFO's financial contribution. Is that correct? However, what you are saying is you want DFO back?

Senator Raine: That is just for governance.

Mr. Irvine: That is the core funding.

M. Lamont : Oui.

Le sénateur Unger : Merci, messieurs. Vous nous avez certes fourni beaucoup de renseignements. C'est beaucoup à digérer. Pardonnez-moi le jeu de mots.

Nous présenterons un rapport dans un avenir rapproché. Après tout ce que vous nous avez dit, y a-t-il des recommandations clés que vous aimeriez que le comité prenne en considération?

M. Irvine : Votre comité?

Le sénateur Unger : Oui.

M. Irvine : De notre point de vue, nous aimerions peut-être que vous preniez le temps d'assimiler ce que nous avons présenté aujourd'hui et que vous gardiez à l'esprit que les solutions sont complexes. En tant que représentants du Conseil du homard, nous sommes d'avis que toutes les solutions tournent autour de la qualité, de l'image de la marque et du prix. Ce sont les trois piliers auxquels nous croyons, et il y a beaucoup de renseignements à ce sujet dans notre rapport. C'est sur cela que nous allons mettre l'accent. Nous aimerions que tous les ordres de gouvernement et les gens du Canada nous appuient dans nos démarches.

Si je devais résumer le tout, je dirais que c'est complexe. Les solutions diffèrent selon le secteur. Le secteur de la transformation est aux prises avec des difficultés qui diffèrent de celles du secteur des produits vivants, et les pêcheurs de différentes régions ont différentes solutions aussi. Toute solution envisagée — et nous en parlons tous les jours — doit pouvoir s'appliquer à la situation particulière de chaque région.

M. Leblanc : J'aimerais ajouter quelque chose à ce que M. Irvine vient de dire. Il importe que tous les ordres de gouvernement collaborent à la stratégie. L'industrie n'y arrivera pas seule. Il nous faut des engagements financiers des provinces, du gouvernement fédéral et de l'industrie pour arriver à une solution. Seule, face à la crise financière actuelle, l'industrie est incapable d'amasser l'ensemble des fonds nécessaires pour faire cela. Il faudra un investissement important pour bien le faire, parce que nous n'avons peut-être qu'une seule chance pour régler le problème. C'est une petite occasion qui s'offre à nous. Nous pouvons profiter d'une conjoncture favorable caractérisée par une industrie unie, et la dernière chose qu'il nous faut, c'est que les gouvernements nous mettent des bâtons dans les roues et nous empêchent de réussir. Il nous faut la collaboration de tous les ordres de gouvernement. Nous nous sommes réunis avec les ministres des Pêches des provinces, et ils nous appuient. Nous les avons rencontrés tous les cinq, il y a deux semaines. Il faut que le ministère de l'Environnement, le MPO, Agriculture et Agroalimentaire Canada et tous les autres se joignent à nous pour atteindre l'objectif.

Le sénateur McInnis : Vous avez dit plus tôt que les cotisations remplacent actuellement la contribution financière du MPO. Est-ce exact? Par contre, vous voulez ravoir la contribution du MPO. C'est bien ce que vous dites?

Le sénateur Raine : C'est seulement à des fins de gouvernance.

M. Irvine : Il s'agit du financement de base.

Senator McInnis: No, the funding.

Mr. Irvine: Our core funding for governance to keep the lights on, not for the marketing programs.

Senator McInnis: However, the provinces are still involved, all four Atlantic provinces?

Mr. Irvine: The four Atlantic provinces and Quebec are involved in supporting us with the core funding. In terms of marketing dollars or promotion money that we can come up with, we have to leverage that from other programs.

The Chair: You have listed today several challenges that you face, and many opportunities also. Could you zero in on a couple of the major challenges that the lobster industry faces today and that the federal government could assist with? I do not necessarily mean only from a monetary point of view, but include that also. At the end of our study, we hope to be able to make some recommendations to the Department of Fisheries and Oceans — and to other departments, if need be — on how to assist and how to address some of the challenges that you face.

We have an opportunity here. I realize you may not be able to address all of that here today. If after you leave here something comes to mind, feel free to write us or get that message to us.

I am asking you to look at a couple of the major challenges that you have and what you would put forward as something that the federal government could assist you in doing.

Mr. Irvine: I can take a shot at a quick one right now. There are many challenges, but this one comes to mind based on some of your questions, and that is helping us find a way to raise money from our own industry to help ourselves. We talked about it earlier today.

We have a challenge in the long-term funding of our efforts because we do not have a mechanism to collect — a check-off, for example — from our industry. We need the federal government or the provinces to help us find a way to collect that, whether it is through legislation, regulation or some type of system.

We went through a process about a year and a half ago of polling the industry members about their willingness to pay a penny a pound. We said that if we can raise a penny a pound, we can fund all our activities and promotional activities. There was generally consensus that, yes, the industry would be willing to find a penny a pound, shared between the harvesters and the buyers. However, what hit us is that there is no mechanism to collect it. We were leaning on the provinces to help us try to come up with some legislation as they regulate the buyers, but we need to go back to that. Potentially, that is something the federal government could help us with. We do not know, but we need to have an open mind about that, and that would be a big help.

Le sénateur McInnis : Non, du financement.

M. Irvine : Notre financement de base à des fins de gouvernance nous permet de rester en vie, mais pas de lancer des programmes de commercialisation.

Le sénateur McInnis : Par contre, les provinces — les quatre provinces de l'Atlantique — y participent toujours?

M. Irvine : Les quatre provinces de l'Atlantique et le Québec contribuent au financement de base. Quant à l'argent destiné à la commercialisation ou à la promotion que nous pouvons obtenir, il faut aller chercher du financement de contrepartie auprès d'autres programmes.

Le président : Aujourd'hui, vous avez décrit plusieurs difficultés auxquelles vous faites face, et de nombreuses possibilités aussi. Pourriez-vous mettre l'accent sur deux ou trois principales difficultés éprouvées par l'industrie du homard à l'heure actuelle et nous dire comment le gouvernement fédéral pourrait aider à les surmonter? Je ne parle pas nécessairement d'aide financière, mais vous pouvez également en parler. À la fin de notre étude, nous espérons être en mesure de présenter au ministère des Pêches et des Océans — et à d'autres ministères, au besoin — des recommandations relatives à la forme de soutien à offrir et à la façon de régler certaines des difficultés auxquelles vous faites face.

Une occasion s'offre à vous. Je comprends que vous n'êtes peut-être pas en mesure d'aborder tout cela aujourd'hui. Si, après la séance, d'autres éléments vous viennent à l'esprit, n'hésitez pas à nous écrire ou à nous en faire part autrement.

Je vous demande de nommer deux ou trois grandes difficultés auxquelles vous faites face et de décrire de quelle façon le gouvernement fédéral pourrait vous aider à cet égard.

M. Irvine : Je peux vous en mentionner une rapidement. Il y a de nombreuses difficultés, mais, à la lumière de certaines de vos questions, celle qui me vient à l'esprit, c'est comment notre industrie pourrait trouver une façon d'amasser des fonds pour s'aider elle-même. Nous en avons parlé plus tôt aujourd'hui.

Nous avons de la difficulté à financer à long terme nos travaux, car nous ne disposons d'aucun mécanisme permettant d'amasser des fonds — par exemple, un système de contributions — au sein de l'industrie. Il faut que le gouvernement fédéral ou les provinces nous aident à trouver une façon d'amasser des fonds, que ce soit au moyen d'une loi, d'un règlement ou d'une sorte de système.

Il y a environ un an et demi, nous avons demandé, lors d'un sondage, aux membres de l'industrie à quel point ils étaient disposés à donner 1 cent la livre. Nous nous sommes dit que, si nous étions en mesure d'aller chercher 1 cent la livre, nous pourrions financer toutes nos activités, y compris les activités promotionnelles. Il y avait dans l'industrie un consensus général : les membres étaient disposés à verser 1 cent la livre, et les fonds iraient aux pêcheurs et aux acheteurs. Toutefois, ce qui nous a frappés, c'est qu'il n'existe aucun mécanisme pour amasser ces fonds. Nous nous sommes tournés vers les provinces pour qu'elles nous aident à trouver une façon de le faire au moyen d'une loi, puisqu'elles réglementent les activités des acheteurs, mais il faudra revenir sur ce point. Le

Senator Raine: My understanding is that in the West they have a tagging system whereby if you catch wild salmon, you must purchase a tag. Part of that money goes to DFO and part goes to the Pacific salmon conservation organization.

Mr. Irvine: You have to love the West Coast.

Senator Raine: It would be easy to put a tag on the lobster, and you cannot get into the chain unless that tag is there.

Mr. Irvine: That is a good idea. There are lots of ideas.

The Chair: That is the purpose of discussing.

Mr. Irvine: Exactly. It is a good one.

Mr. Leblanc: Another issue we have is the stacking rules between the federal and provincial governments. If we get too much from one level of government, it takes away from potential funding we could have on another level of government. That is an obstacle we have faced since day one. We are dealing with ACOA and other federal departments and the provinces. That is an issue that could be addressed to make it easier for us to get funding. There are some pockets where we had the chance to access funding, but because of the stacking rules, the federal government could not give us any money, although they had money to give us. Because of the rules, it was prevented. That is an issue. I will leave it at that for now.

Senator McInnis: Do you have a budget?

Mr. Irvine: Not for marketing, not yet.

Senator McInnis: No, a budget for governance.

Mr. Irvine: Yes, we do. We are going to be making a proposal to the provinces to support us again, augmented by dues from the industry.

Mr. Leblanc: I would like to come back so it is clear for you to know how much industry has invested, in dollars. Last year was probably the first year in dues that were voluntary. The industry committed \$50,000 in cash. On top of that, we have all contributed our time in kind as free.

Mr. Lamont and I have devoted many hours during the weekends and nights on emails and conference calls, and paying our own way — gas, rooms, the whole works — besides taking away time that we would spend on our own business at home and away from our family. In all, you could easily add the entire contribution from industry in the \$200,000 to \$250,000 range, if you were to add everybody's pennies that they have invested in

gouvernement fédéral pourrait peut-être nous aider à ce chapitre. Nous l'ignorons, mais il faut garder un esprit ouvert, et ce serait un gros coup de pouce.

Le sénateur Raine : Je crois savoir que, dans l'Ouest, selon un système d'étiquetage qui a été mis en place, si vous attrapez un saumon sauvage, vous devez acheter une étiquette. Une partie de l'argent va au MPO et une partie va à l'organisme de conservation du saumon du Pacifique.

M. Irvine : Qui n'aime pas la côte Ouest?

Le sénateur Raine : Il serait facile d'apposer une étiquette sur le homard, et vous ne pouvez pas entrer dans la chaîne, à moins qu'il n'y ait une étiquette.

M. Irvine : C'est une bonne idée. Il y a beaucoup de bonnes idées.

Le président : C'est le but de la discussion.

M. Irvine : Exactement. Et c'est une bonne discussion.

M. Leblanc : Les règles relatives au cumul entre le gouvernement fédéral et le gouvernement provincial posent également problème. Le fait de recevoir trop de financement d'un ordre de gouvernement donné nous empêche d'obtenir un financement possible d'un autre ordre du gouvernement. C'est un obstacle auquel nous sommes confrontés depuis le début. Nous faisons affaire avec l'APECA ainsi que d'autres ministères fédéraux et avec les provinces. Il s'agit d'un problème qui pourrait être réglé pour faciliter l'obtention de financement. Il y a des poches où nous aurions pu obtenir du financement, mais, en raison des règles relatives au cumul, le gouvernement fédéral n'était pas en mesure de nous fournir de fonds, même s'il avait l'argent nécessaire. En raison de ces règles, aucun financement n'a été obtenu. C'est un problème. Je vais m'arrêter ici pour le moment.

Le sénateur McInnis : Avez-vous un budget?

M. Irvine : Pas pour la commercialisation. Pas encore.

Le sénateur McInnis : Non, un budget destiné à la gouvernance.

M. Irvine : Oui, nous en avons un. Nous allons présenter une proposition aux provinces pour qu'elles nous appuient à nouveau, et cela s'ajouterait aux cotisations provenant de l'industrie.

M. Leblanc : J'aimerais revenir sur ce point pour que vous sachiez clairement combien de dollars l'industrie a investis. L'année dernière était probablement la première année où des cotisations ont été versées volontairement. L'industrie a cotisé à hauteur de 50 000 \$. En plus de cela, nous avons tous contribué de notre temps gratuitement.

M. Lamont et moi avons consacré beaucoup d'heures — la fin de semaine et le soir — à envoyer des courriels et à participer à des téléconférences, et nous avons payé de notre poche l'essence, les chambres d'hôtel et tout le reste, en plus de prendre du temps que nous aurions consacré à nos entreprises et à nos familles. Au total, la contribution de l'industrie se situerait facilement dans la fourchette de 200 000 \$ à 250 000 \$ si vous ajoutez l'argent que

this exercise. It has been fairly extensive, in trying times, for people to actually put money toward something that will benefit them at the same time.

Mr. Lamont: I feel as if we are among friends here, Mr. Chair. All senators have reflected a sense of what the considerable value is now and in the future of our lobster stock in Atlantic Canada and Quebec. Therefore, what I would ask of both levels of government is this: Please reconsider your enthusiastic support for open net pen fish farming.

The two activities are not compatible. In terms of the market potential for lobster, when I speak with my customers in China, one of their first questions is to ask, "How many lobsters do you harvest in Canada on an annual basis?" I tell them. "How many lobsters do they harvest in the United States?" I tell them. Their immediate reaction is, "Oh, my God, you do not have enough," because they can see and I can see a day coming very quickly when Asian markets will want and pay a premium for what we produce in Atlantic Canada.

Not to belabour the point, but we should not do anything now in the formative stages to jeopardize that resource. Farm-raised salmon can be raised anywhere. I can buy farm-raised salmon for \$2.70 a pound today on a wholesale basis. They can be raised on land. They can create jobs. They can do a lot of things. However, our Atlantic Canadian lobster stocks are unique. They do not exist anywhere else.

My request of the federal and provincial governments would be to say: Look, let us put this thing in perspective. Hold off on your enthusiastic promotion. We know you want to sustain coastal communities, and so do we, but there are other ways to do it other than promotion of open net pen fish farming, because we think Canadian lobster is very vulnerable as a result.

Mr. Irvine: In terms of answering your question, we will reflect on that and respond with some formal comments.

The Chair: We appreciate that very much.

Senator Poirier: Part of what I was looking for has actually been answered, and it was about the recommendations you could bring to us for what we could do.

I have a couple of things I would like to share with you. Basically, I am curious to know whether any discussion is going on within your industry, looking again at the problems that are faced with global warming, with the moulting of the shells that happens in July and August, knowing that it is also the soft-shell industry that the Americans lobster fishermen are dealing with right now.

Has there been any thought, consideration or discussion whatsoever among the harvesters about looking to see whether there is any possibility of pushing back the beginning of the lobster season, which usually starts in mid-August, to maybe a

tout le monde a investi dans l'exercice. Durant les périodes difficiles, il était assez courant pour les gens d'investir de l'argent dans une chose dont ils profiteront.

M. Lamont : Je me sens comme si nous étions entre amis ici, monsieur le président. Tous vos collègues ont manifestement une idée claire de la considérable valeur actuelle et future du homard dans le Canada atlantique et au Québec. En conséquence, voici ce que j'aimerais demander aux deux ordres de gouvernement : veuillez réexaminer le soutien enthousiaste que vous offrez à l'élevage de poisson avec des cages en filet.

Les deux activités sont incompatibles. Sur le plan du potentiel de marché du homard, lorsque je parle à mes clients en Chine, une de leurs premières questions est : « Combien de homards pêchez-vous annuellement au Canada? » Et je leur réponds. « Combien de homards sont-ils pêchés aux États-Unis? » Et je leur réponds. Leur réaction immédiate est : « Oh mon dieu, vous n'en avez pas assez » parce que, tout comme moi, ils savent que le jour où les marchés asiatiques voudront un produit du Canada atlantique et seront prêts à payer cher arrivera très rapidement.

Au risque de paraître insistant, j'estime que rien ne devrait être fait au stade initial qui pourrait mettre la ressource en péril. Le saumon d'élevage peut être élevé n'importe où. De nos jours, je peux acheter en gros du saumon d'élevage à 2,70 \$ la livre. Il peut être élevé dans des installations terrestres. Il peut contribuer à la création d'emplois. Il permet de faire beaucoup de choses. Par contre, nos stocks de homard du Canada atlantique sont uniques. Il est impossible d'en trouver ailleurs.

Ma demande au gouvernement fédéral et au gouvernement provincial serait : écoutez, mettons cela en perspective. Attendez avant de faire avec enthousiasme la promotion de ce projet. Nous savons que vous voulez assurer la subsistance des collectivités côtières — et nous aussi —, mais il existe d'autres façons de le faire sans nécessairement faire la promotion de l'élevage de poisson avec des cages en filet, car nous estimons que cela fragilise le homard canadien.

M. Irvine : Pour ce qui est de votre question, nous allons y réfléchir et vous transmettre des observations officielles.

Le président : Ce serait grandement apprécié.

Le sénateur Poirier : Vous avez en fait répondu en partie à ma question concernant vos recommandations liées à ce que nous pourrions faire.

J'aimerais partager deux ou trois choses avec vous. Essentiellement, je suis curieuse de savoir si des discussions sont en cours dans votre industrie, compte tenu des problèmes liés au réchauffement climatique et à la période de mue en juillet et en août ainsi que du fait que les pêcheurs de homard des États-Unis font affaire actuellement avec l'industrie de homard à carapace molle.

Les pêcheurs ont-ils envisagé la possibilité de repousser le début de la saison du homard — qui commence habituellement à la mi-août — de quelques semaines? En ont-ils discuté? En faisant cela, en raison du réchauffement climatique, vous aurez

few weeks later? In doing that, because of the global warming, you will definitely get a stronger lobster; it will not be as weak because of the temperature of the water. You will also have a stronger lobster because it is not moulting. Is that being considered? Is there openness about that among the harvesters? Has it been discussed with government?

How long do you think it will take us to make the lobster industry sustainable?

Mr. Leblanc: I will take the easy question. Discussions are entertained. Mr. MacPherson and the MFU are currently entertaining all possible solutions. I was told before this meeting that the Senate committee might be going to Moncton. I can assure you that they will appear before you and will explain exactly what they are entertaining. I believe that is one of the questions being asked.

Senator Poirier: Because the soft lobster in the United States is cheaper, they are shipping it to the processing plants at home and, because the processing plant is full with their lobster, our good quality lobster is having a hard time getting in. That was part of the problems we had this summer in New Brunswick as well as in zone 25. Our lobster was having a hard time being sold into our processing plant.

There were rumours that if that was going to be a problem, perhaps the United States would start looking at building their own processing plants. That is creating another problem because it will affect jobs. We need to have a certain quantity of food brought to keep our fish plants open for a longer period of time so that the workers in New Brunswick have jobs. That is another thing we need to look at.

Mr. Irvine: Those are great questions. This summer was unique. The Maine sheddors hit around July 5, which is about six weeks earlier than normal. Usually the New Brunswick plants and the P.E.I. plants have time after the spring season to shut down, refit and give the workers a break, but this year the sheddors hit at a weird time because of the warmer temperatures. That is what backed up the supply and caused what happened in zone 25. I think that is pretty well known by everyone.

In terms of Maine getting into processing, yes, what happened this summer has made them realize that they cannot rely on our plants for their entire product. Yes, the folks in Maine are taking that very seriously and are attempting to expand their processing. We will see how successful they are. It is very difficult to process lobster. It is very labour-intensive; the profit margins are slim to none; and it is tough to find labour. I guess we wish them luck.

This summer a perfect storm of things happened, and much of it relates to the warming of the water. I think it is obvious that DFO has to spend more money studying what is happening there.

certainement un homard supérieur; il ne sera pas aussi faible en raison de la température de l'eau. Vous pêcherez également un homard supérieur parce qu'il n'est pas en mue. Cela est-il envisagé? Y a-t-il une ouverture des pêcheurs sur ce plan? Une discussion a-t-elle été tenue avec le gouvernement?

Selon vous, combien de temps nous faudra-t-il pour rendre l'industrie du homard durable?

M. Leblanc : Je vais répondre à la question la plus facile. Des discussions sont envisagées. M. MacPherson et l'UPM examinent actuellement toutes les solutions possibles. Avant la séance, on m'a dit que le comité irait peut-être à Moncton. Je vous assure qu'ils témoigneront devant vous et expliqueront exactement ce qu'ils songent à faire. Je crois que c'est une des questions qu'on se pose.

Le sénateur Poirier : Comme le homard à carapace molle est meilleur marché aux États-Unis, il est expédié aux usines de transformation d'ici, et, comme les usines débordent de homard américain, le homard canadien de qualité a de la difficulté à se faire une place. C'est entre autres ce qui s'est passé cet été au Nouveau-Brunswick et dans la zone 25. Il était difficile de vendre le homard canadien à nos usines de transformation.

Il y avait des rumeurs selon lesquelles les États-Unis songeraient peut-être à construire leurs propres usines de transformation si cela posait problème. Cela créé un autre problème : les emplois risquent d'être touchés. Il faut une certaine quantité de produits pour garder nos usines de transformation du poisson ouvertes durant une plus longue période afin que les travailleurs du Nouveau-Brunswick puissent assurer leur subsistance. C'est une autre chose sur laquelle il faut se pencher.

M. Irvine : Ce sont d'excellentes questions. La situation de cet été était unique. Les homards du Maine ont mué aux alentours du 5 juillet, ce qui est environ six semaines plus tôt que la normale. Habituellement, les usines du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard ont le temps, après la pêche du printemps, de fermer leurs portes, d'assurer l'entretien des installations et de donner congé aux travailleurs, mais, cette année, les homards ont mué à un drôle de moment en raison du temps plus doux. Cela a ralenti l'approvisionnement et a causé ce qui s'est passé dans la zone 25. Je crois que tout le monde est pas mal au courant.

Quant aux pêcheurs du Maine qui vendent leur homard aux usines de transformation, les problèmes survenus cet été leur ont effectivement fait comprendre qu'ils ne peuvent pas compter sur les usines canadiennes pour qu'elles prennent tout. Oui, les gens du Maine prennent cela très au sérieux et tentent d'étendre la transformation ailleurs. Nous verrons s'ils réussiront. Il est très difficile de transformer le homard. C'est très exigeant en main-d'œuvre, la marge de profits est faible, voire nulle, et il est difficile de trouver de la main-d'œuvre. Nous ne pouvons que leur souhaiter bonne chance.

Une série d'événements sont survenus cet été, et ils sont liés en grande partie au réchauffement de l'eau. À mon avis, il est évident que le MPO doit financer davantage d'études relatives à ce

Private academic institutions are studying it. We will see what happens. A working group has come together with New Brunswick, P.E.I. and Nova Scotia. They have a meeting coming up in 10 days. All the provinces have started to work on solutions, and they are talking about changing the season date.

Senator Poirier: How long do you think it will take to make the lobster industry sustainable?

Mr. Irvine: I was hoping you had forgotten that one.

Senator Poirier: No, I have not forgotten it.

Mr. Lamont: I want to go back to your earlier question. Collectively we had better be somewhat cautious in what we wish for. I will give you an example. The prices paid in Atlantic Canada this spring for seasons that started in Newfoundland and the eastern shore on April 20 or thereabouts and seasons that started in the gulf and Cape Breton on May 1 and beyond paid significant prices from a harvester's standpoint. Most harvesters got the better part of \$5 a pound for their lobster in the challenged world economy to which we have referred. That took place for a variety of reasons, but the bottom line was that harvesters got, for the volume that was caught and in the circumstances of the world economy, what I consider to be a very good price.

Processing companies buying Maine and Massachusetts lobsters in June, July, August and beyond have been able to average down their inventory costs with a much less costly American product. Frankly, I believe they would have suffered substantial losses based on the Canadian part of the catch alone at the prices that were paid. On an annual basis, companies are able to pay higher prices for Canadian product because the lower American prices help to subsidize, cost average or lower the cost. I would just introduce that minor note of caution into our analysis.

In terms of how long this will take, I would estimate three years. If we embrace this tomorrow, if we get the support that we are hoping for from all levels of government, if we do the things within our sector that we know we have to do immediately, I think we will notice benefits before three years, but I think that within three years we will see significant benefits. Three years is a lifetime when you have an unsustainable model, but it is not forever. As I get older, three years roll around more quickly. I think three years is a reasonable target for all of us.

Senator Poirier: Thank you.

The Chair: I wish to thank all committee members and our witnesses. You provided us with very worthwhile information. If there is something that you would like to follow up on, feel free to send us any correspondence you wish.

phénomène. Des établissements universitaires privés le font déjà. Nous verrons ce que ça donne. On a créé un groupe de travail constitué de représentants du Nouveau-Brunswick, de l'Île-du-Prince-Édouard et de la Nouvelle-Écosse. Une réunion est prévue dans 10 jours. Toutes les provinces ont commencé à chercher des solutions, et elles songent à changer la date de début de la saison.

Le sénateur Poirier : Selon vous, combien de temps faudra-t-il pour avoir une industrie du homard durable?

M. Irvine : J'espérais que vous ayez oublié cette question.

Le sénateur Poirier : Non, je ne l'ai pas oubliée.

M. Lamont : J'aimerais revenir à une de vos premières questions. Collectivement, il vaut mieux être prudent à l'égard de ce que nous souhaitons. Je vais vous donner un exemple. Les prix payés dans le Canada atlantique au printemps, pour la saison qui a commencé aux alentours du 20 avril à Terre-Neuve et sur la côte Est et pour celle qui a commencé le 1^{er} mai dans le golfe et au Cap-Breton, étaient considérables, du point de vue d'un pêcheur. La plupart des pêcheurs ont réussi à obtenir presque 5 \$ la livre pour leur homard, malgré la conjoncture économique mondiale difficile dont nous avons parlé. Il y a diverses raisons pour cela, mais, au bout du compte, les pêcheurs ont obtenu — pour le volume de homard pêché et vu la conjoncture — ce que je considère comme un très bon prix.

Les entreprises de transformation qui ont acheté des homards du Maine et du Massachusetts en juin, en juillet, en août et après ont été en mesure de faire baisser le coût au moyen de leur stock grâce à un produit américain beaucoup moins cher. Honnêtement, j'estime qu'elles auraient subi des pertes importantes si elles n'avaient eu que du homard canadien, vu le prix payé. Sur une année, les entreprises sont en mesure de payer plus cher le produit canadien parce que le prix moins élevé du produit américain aide à subventionner cet achat, à le compenser ou à réduire le coût moyen. J'aimerais simplement intégrer ce petit appel à la prudence dans notre analyse.

Quant au temps qu'il faudra, j'estime qu'il faudrait trois ans. Si nous agissons dès demain, si nous obtenons le soutien espéré de tous les ordres de gouvernement et si nous nous assurons que le secteur entreprend les démarches nécessaires immédiatement, je suis d'avis que nous en retirerons des avantages avant trois ans, mais, en trois ans, nous verrons des retombées considérables. Trois ans, c'est une éternité lorsque vous avez un modèle non durable, mais ce n'est pas éternel. Avec l'âge, je trouve que trois ans passent plus rapidement. Selon moi, trois ans, c'est un objectif raisonnable pour tout le monde.

Le sénateur Poirier : Merci.

Le président : J'aimerais remercier tous mes collègues et nos témoins. Vous nous avez fourni de très précieux renseignements. Si vous souhaitez effectuer un suivi sur un sujet donné, n'hésitez pas à nous transmettre des renseignements de la façon qui vous convient.

Yes, we are planning a visit to Moncton to hear from people in that area, and certainly we encourage any group or individual that would like to make a presentation to us to contact the committee. We have not finalized our dates yet, but we are hoping to do so later this month.

Once again, thank you for taking the time to be with us here this evening as we continue our study.

I would ask committee members to remain for a five-minute in camera session to discuss travel plans.

(The committee continued in camera.)

OTTAWA, Tuesday, November 20, 2012

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met this day at 5:40 p.m. to study the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec.

Senator Fabian Manning (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: I am pleased once again to welcome you to a meeting of the Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans. My name is Fabian Manning. I am a senator from Newfoundland and Labrador, and I am the chair of the committee.

Before I ask the witness to introduce himself and to begin his presentation to us, I would like to invite the members of the committee to introduce themselves, please, starting with Senator Greene.

Senator Greene: Steve Greene from Nova Scotia.

Senator MacDonald: Michael MacDonald from Nova Scotia.

Senator Enverga: Tobias Enverga from Ontario.

Senator McInnis: Tom McInnis, senator from Nova Scotia.

Senator Cordy: Jane Cordy from Nova Scotia.

Senator Raine: Nancy Greene Raine from British Columbia.

[*Translation*]

Senator Chaput: Maria Chaput from Manitoba.

[*English*]

Senator Watt: Charlie Watt from Nunavik.

The Chair: The committee is continuing its study of the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec and is hearing today from the president of Gardner Pinfold Consultants Inc. In 2009, Gardner Pinfold Consultants Inc. was commissioned by the Lobster Council of Canada to undertake a review of the structure and competitive environment of the lobster industry in Canada with the view to assessing its strengths and weaknesses and developing a long-term value strategy for the industry.

Oui, nous prévoyons une visite à Moncton pour entendre ce que les gens de la région ont à dire et, bien sûr, nous encourageons tout groupe ou toute personne qui aimerait présenter un exposé à communiquer avec nous. Les dates ne sont pas encore fixées, mais nous espérons y aller ce mois-ci.

Encore une fois, merci d'avoir pris le temps d'être venus ce soir pour contribuer à notre étude.

J'aimerais demander aux membres du comité de rester cinq minutes de plus pour discuter à huis clos de nos projets de voyage.

(La séance se poursuit à huis clos.)

OTTAWA, le mardi 20 novembre 2012

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 17 h 40, pour étudier la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec.

Le sénateur Fabian Manning (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le président : Je suis heureux encore une fois de vous souhaiter la bienvenue à cette réunion du Comité sénatorial permanent des pêches et des océans. Je m'appelle Fabian Manning et je suis un sénateur de Terre-Neuve-et-Labrador. Je préside le comité.

Avant de demander au témoin de se présenter et de faire sa déclaration, j'inviterais les membres du comité à se présenter, en commençant par le sénateur Greene.

Le sénateur Greene : Steve Greene, de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur MacDonald : Michael MacDonald, de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Enverga : Tobias Enverga, de l'Ontario.

Le sénateur McInnis : Tom McInnis, sénateur de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Cordy : Jane Cordy, de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Raine : Nancy Greene Raine, de la Colombie-Britannique.

[*Français*]

Le sénateur Chaput : Maria Chaput, du Manitoba.

[*Traduction*]

Le sénateur Watt : Charlie Watt, du Nunavik.

Le président : Le comité poursuit son étude de la pêche au homard au Québec et dans la région atlantique du Canada. Nous entendrons aujourd'hui le président de la firme Gardner Pinfold Consultants Inc. En 2009, le Conseil du homard du Canada a chargé cette firme d'examiner la structure et l'environnement concurrentiel de la pêche au homard au Canada, pour permettre d'en évaluer les forces et les faiblesses et de tracer une stratégie à long terme axée sur la valeur pour ce secteur.

A report entitled *From Trap to Table* was released in October of 2010. Mr. Gardner will provide us with an update of the report. On behalf of the members of the committee, I thank Mr. Gardner for being with us here today. I now ask him to make his introductory remarks, and I am sure our senators will have some questions.

The floor is yours, Mr. Gardner. Welcome.

Michael Gardner, President, Gardner Pinfold Consultants Inc.: Thank you very much, Senator Manning. I am pleased to be here. I am pleased to see such a substantial contingent of Nova Scotians, but welcome to others. I hope you are all familiar with the subject matter of the discussion, the lowly lobster.

We embarked on this study almost three years ago now, and it took us about a year to complete it. In the course of that, we had many discussions with fishermen, processors, shippers, buyers, governments and so on around the Atlantic region. It is a study that has, I think, broad industry input. I think the key points that will emerge from this presentation are that the industry has suffered considerably as a consequence of a number of factors — not just the economy or the global economy, but factors that are also a function of the way the industry is structured and how it operates.

Today I will run through some of the highlights. I know time is short. I have been instructed that 10 or 15 minutes would be the maximum. I think I have already used 45 seconds, so I am well behind. I think the thing to focus on in this presentation is the kinds of numbers that the industry is working with and the factors, the constraints and the opportunities that it faces as well.

The Chair: Mr. Gardner, before you begin, I would like to welcome Senator Don Oliver, another fellow Nova Scotian, to the table.

Mr. Gardner: Thank you. I will not read all of what is here. You have the information, but this first slide simply indicates the significance using a number of facts from the industry, both in Canada and the United States, because let us keep in mind that not quite half the lobster that is pushed into the global markets comes from the U.S. Most of it comes from Canada, but the U.S. is a major producer as well.

Overall, we are looking at an industry that is somewhere in the range of \$1.5 billion to \$2 billion, both countries combined. Here you see some of the facts and figures on the industry.

Global supply is up about 30 per cent. At a time when the economy, since 2007-08, has slid into recession globally, supply has continued to increase. In other words, we are pushing more and more lobster into a market that is less and less able to absorb it.

For American lobster, which is the species that we fish off the Atlantic coast in Canada and the U.S., the supply has increased 50 per cent since 2003. There is no limit on the quantity of lobster

Un rapport intitulé *Du casier à la table* est paru en octobre 2010. M. Gardner nous présentera une mise à jour de ce rapport. Au nom des membres du comité, je le remercie d'être des nôtres aujourd'hui. Je le prierais maintenant de bien vouloir faire sa déclaration et je suis persuadé que nos sénateurs auront des questions à lui poser.

Vous avez la parole, monsieur Gardner.

Michael Gardner, président, Gardner Pinfold Consultants Inc. : Merci beaucoup, monsieur le sénateur Manning. Je suis ravi d'être ici et d'être en présence d'un aussi grand nombre de Néo-Écossais. J'offre également mes meilleures salutations aux autres sénateurs. J'espère que vous connaissez le sujet de mon exposé, le modeste homard.

Voilà près de trois ans que nous avons amorcé cette étude qui s'est déroulée sur environ un an. Pendant cette année, nous avons eu de nombreux échanges avec des pêcheurs, des transformateurs, des expéditeurs, des acheteurs, des gouvernements et d'autres parties prenantes dans la région de l'Atlantique. Notre étude a fait une large place aux observations de l'industrie. Je crois que ce qu'il en ressort, c'est que la pêche au homard a considérablement souffert des effets de plusieurs facteurs — pas seulement la conjoncture économique ou l'économie mondiale, mais aussi de facteurs liés à la structure du secteur et à son fonctionnement.

Je vais aujourd'hui passer en revue les faits saillants de ce rapport, car je sais que nous disposons de peu de temps. On m'a dit que j'aurais tout au plus 10 ou 15 minutes pour mon exposé. Je crois en avoir déjà pris 45 secondes, ce qui fait que je suis déjà en retard. Je vais mettre l'accent sur les statistiques relatives à la pêche au homard et les facteurs, contraintes et débouchés qui peuvent l'influencer.

Le président : Avant que vous commenciez, monsieur Gardner, permettez-moi de souhaiter la bienvenue au sénateur Don Oliver, qui lui aussi vient de la Nouvelle-Écosse.

M. Gardner : Merci, je ne lirai pas tout le document que vous avez sous les yeux. Vous avez l'information, mais cette première diapositive indique simplement l'importance de la pêche au homard en donnant quelques statistiques de ce secteur tant au Canada qu'aux États-Unis. Car il ne faut pas oublier que près de la moitié du homard vendu sur le marché mondial vient des États-Unis. La plus grande partie provient du Canada, mais les États-Unis sont également un gros producteur de homard.

Dans l'ensemble, le secteur de la pêche au homard représente de 1,5 à 2 milliards de dollars, en combinant les deux pays. Vous avez devant les yeux certains chiffres et certains faits sur le secteur.

L'offre mondiale de homard a augmenté d'environ 30 p. 100. Au moment même où l'économie connaît depuis 2007-2008 une récession mondiale, l'offre a continué à augmenter. Autrement dit, nous mettons de plus en plus de homard sur un marché qui est de moins en moins capable de l'absorber.

Dans le cas du homard d'Amérique, l'espèce qui est pêchée le long des côtes atlantiques du Canada et des États-Unis, l'offre a grimpé de 50 p. 100 depuis 2003. On n'impose aucune limite à la

harvesters are permitted to catch. There are no quotas, no limits. If it is legal, can be caught and crawls into a trap, it can be caught and brought ashore. The only constraints are seasons, number of traps, weather conditions, and so on. Otherwise, there is no limit. It is a competitive fishery and everybody wants to catch as much as they can and as fast as they can. Supply has increased by about 50 per cent in Canada and the U.S.

You can see from this slide — the green line is the U.S. and the red is Canada — the quantities in 2011 were just about the same, somewhere in the 55,000 to 60,000 tonne range for each country.

This is one of the implications of that increased supply. If we see the peak in about 2005, \$1.2 billion was the combined value of landings in Canadian dollar terms. After 2005, approximately, the value has been sliding ever since. It took an upturn in 2011, but there has been a consistent slide, in part, as I mentioned, because of the state of the economy, but mainly, and we will see this in more detail, because of exchange rates.

Here is the exchange rate chart. In 2002, when the Canadian dollar was at its worst — a Canadian dollar was worth \$1.60 in American funds, if you will, or vice versa, American funds would buy you \$1.60 Canadian. At that time the industry was in great shape because roughly 80 per cent of the exports go to the U.S. Every U.S. dollar of revenue was getting you \$1.60 in Canadian funds. After 2002, it was a fairly rapid slide to 2008 when the dollar was roughly at parity. There was a little bump in 2009, technical more than anything else, but since then through 2012 it has been trading more or less at parity. That has taken 40 per cent right off the top or out of the pockets of the Canadian lobster industry, just because of the exchange rate.

This illustrates the impact from a price standpoint. The yellow line at the top is the Canadian dollar value of a lobster sold on the U.S. market. The green line shows you the U.S. dollar. The U.S. is paying, if you start in 2002, just over \$5 a pound. That was worth just over \$8 a pound to a Canadian shipper. As the exchange rate declined, you can see those lines converge until we get to 2010, when they are at parity. You can see that there has been a steady decline from 2002 in the prices paid to the Canadian industry from exports to the U.S.

I should also add that if we look at the other exchange rates, the countries we export to, the EU, the U.K., Japan, South Korea, it has been an adverse trend in virtually every case, almost consistently since the early 2000s, because the Canadian dollar has strengthened.

Looking at exports, the yellow line represents U.S. landings; the blue line represents exports to Canada. You can see that in 2011, over 20,000 tonnes of just over 55,000 tonnes of landings in the U.S. was exported to Canada, mainly to the Gulf of St. Lawrence processing plants. We do not consume it live; we process it and turn

quantité de homard que les pêcheurs peuvent prendre. Il n'y a ni quotas, ni limites. Si le homard est de la taille réglementaire, s'il peut être pris et s'il entre dans un casier, on peut le pêcher et le débarquer au port. Les seules contraintes sont liées aux saisons, au nombre de casiers, aux conditions météo, et cetera. Autrement, il n'y a aucune limite. Comme c'est une pêche où il y a de la concurrence, tout le monde veut en prendre autant qu'il peut et le plus vite possible. L'offre a ainsi augmenté de 50 p. 100 au Canada et aux États-Unis.

Sur le graphique que voici, la courbe verte représente les États-Unis et la rouge, le Canada. En 2011, les quantités étaient à peu près équivalentes, soit de l'ordre de 55 000 à 60 000 tonnes dans chaque pays.

C'est là un des effets de l'augmentation de l'offre. On voit qu'il y a un point culminant vers 2005, où la valeur combinée des prises s'élevait à 1,2 milliard de dollars canadiens. Après 2005, la valeur n'a cessé de diminuer. Il y a bien eu une remontée en 2011, mais dans l'ensemble la valeur du homard a décliné, entre autres à cause de la conjoncture économique, comme je l'ai signalé, mais surtout, et nous le verrons en détail, à cause des taux de change.

Voici le tableau qui illustre les taux de change. En 2002, quand le dollar canadien était à son plus bas, et qu'un dollar américain valait 1,6 dollar canadien, l'industrie avait le vent dans les voiles parce qu'environ 80 p. 100 des prises étaient exportées vers les États-Unis. Chaque dollar de recettes américaines valait 1,60 \$ au Canada. Entre 2002 et 2008, quand on atteint la parité, le déclin a été assez rapide. Il y a bien eu une légère amélioration en 2009, mais pour des questions techniques, sans plus; mais depuis et jusqu'en 2012, le dollar américain et le dollar canadien sont à peu près au pair. Cela a réduit de 40 p. 100 les recettes du secteur canadien de la pêche au homard, simplement à cause de l'effet du taux de change.

Ce graphique-ci illustre l'effet de cette situation sur les prix. La courbe jaune en haut correspond à la valeur d'un homard vendu sur le marché américain, en dollars canadiens. La courbe verte montre le dollar américain. En 2002, les États-Unis payaient un peu plus de 5 \$ la livre, ce qui représentait un peu plus de 8 \$ la livre à l'expéditeur canadien. Au fur et à mesure que le taux de change baissait, les deux courbes se rapprochaient; elles convergent jusqu'en 2010, date à laquelle elles se recoupent. On voit que les prix payés aux pêcheurs canadiens exportant vers les États-Unis n'ont cessé de baisser depuis 2002.

Par ailleurs, si on regarde les autres taux de change, les autres pays vers lesquels nous exportons, c'est-à-dire l'Union européenne, le Royaume-Uni, le Japon et la Corée du Sud, la tendance nous a été défavorable dans presque tous les cas, presque systématiquement depuis les débuts du millénaire, parce que le dollar canadien s'est apprécié.

Cette diapositive représente les exportations, la courbe jaune correspondant aux prises américaines et la courbe bleue, aux exportations au Canada. On peut voir qu'en 2011, plus de 20 000 des quelque 55 000 tonnes de homards pêchés aux États-Unis ont été exportées vers le Canada, essentiellement vers les usines de

around and ship more or less all of it right back to the United States. The processing industry relies very heavily on those imports from the U.S. in part because they occur at a time of the season when the Canadian fishery has more or less finished. The seasons are finished, the U.S. season picks up, and there are huge exports from the U.S. to Canada. You notice that it has climbed a long way from next to nothing in 1990, over the 20 years, to over 20,000 tonnes.

This shows you the relationship of the landings in the U.S. and the exports to Canada. You see that the U.S. landings are peaked very sharply in that July-September-October period. In that same period is when most of the exports are shipped to Canada. The balance is consumed locally in the United States. You can see that from about July 2009 there has been a huge increase in the quantity exported to Canada in part because the landings in the U.S. have gone up by so much.

I will just touch on this. This slide is simply meant to illustrate the relationship of landings, the cycle of landings, and the prices in the United States. The United States is our main buyer; 80 per cent of what we ship, live and processed, goes to the U.S. We have to pay attention to that market.

The yellow line you see there, like the two humps on a camel, represents U.S. landings. They are peaked in that July to roughly October period. The red line shows Canadian landings, and there are two peaks per season: one in southwest Nova Scotia, which will come on-stream in another week to 10 days; and the other, the second peak later on, is the spring season in the Gulf of St. Lawrence and some of the other areas in Atlantic Canada.

They complement each other. The green line at the top is prices. Over a two-year cycle, you see those prices go up and down, up and down in response to the supply and also of course to the demand. However, prices reach their bottom when the U.S. fishery is at its peak in roughly that July-August period, and the prices peak in roughly the January period when supplies from southwest Nova Scotia come on stream. It is just the relationship between supply demand and pricing.

If we look at what has happened on the shore, these are prices that fishermen receive in various parts of Atlantic Canada and in Maine. You can see that in 2002 prices peaked. Since then, they have been sliding fairly steadily over the next eight to nine years. Levels in 2010-11, if you just glance to the left, were as low as they were 20 years ago. We have come a long way in 20 years, huge increase in supply, but the Canadian dollar price is more or less where it was 20 years ago.

transformation du golfe Saint-Laurent. Nous ne consommons pas le homard vivant; nous le transformons ici pour le renvoyer pratiquement dans sa totalité aux États-Unis. L'industrie de la transformation du homard dépend beaucoup de ces importations en provenance des États-Unis, entre autres parce qu'elles surviennent au moment où la saison de pêche au Canada est à peu près terminée. Au moment où la saison s'achève au Canada, la saison de pêche s'intensifie aux États-Unis, ce qui explique les exportations considérables des États-Unis vers le Canada. Notez que ces exportations qui étaient presque nulles en 1990 ont augmenté au cours des 20 années suivantes pour dépasser les 20 000 tonnes en 2010.

Ce graphique illustre la relation entre les quantités débarquées aux États-Unis et les quantités exportées au Canada. On peut voir que les captures aux États-Unis culminent très nettement de juillet à octobre. C'est pendant ces mois que les plus grandes quantités sont exportées vers le Canada. Le reste du homard capturé est consommé aux États-Unis. Comme on peut le voir, la quantité exportée au Canada a grimpé en flèche en juillet 2009, entre autres parce que les captures aux États-Unis avaient énormément augmenté.

Je vais signaler rapidement cet aspect. Cette diapositive illustre les rapports entre les quantités débarquées, le cycle des captures et les prix aux États-Unis, qui sont notre principal acheteur. En effet, 80 p. 100 de nos exportations de homards vivants et transformés sont à destination des États-Unis. Il faut prendre soin de ce marché.

La courbe en jaune qu'on voit ici, comme les deux bosses d'un chameau, représente les prises aux États-Unis. Elles atteignent leur maximum pendant cette période allant de juillet à octobre environ. La courbe rouge représente les prises au Canada, et il y a deux sommets par saison : le premier survient près du sud-ouest de la Nouvelle-Écosse, où la saison s'amorcera dans sept à 10 jours; le deuxième sommet se produit pendant la saison du printemps dans le golfe Saint-Laurent et dans d'autres zones de l'Atlantique du Canada.

Les deux pêches se complètent. La courbe verte en haut du graphique représente les prix. On peut voir que les prix fluctuent sur un cycle de deux ans en réaction aux fluctuations de l'offre mais également bien sûr, de la demande. Toutefois, ils sont les plus faibles au moment où la pêche aux États-Unis atteint son sommet, soit plus ou moins de juillet à août; les prix culminent grosso modo en janvier quand les captures faites au sud-ouest de la Nouvelle-Écosse arrivent sur le marché. C'est tout simplement l'effet du rapport entre l'offre, la demande et les prix.

Ici, on voit les prix payés aux pêcheurs dans différentes parties de l'Atlantique au Canada et au Maine. On voit que les prix ont culminé en 2002. Depuis, au cours des huit ou neuf années suivantes, ils sont en baisse constante. Si vous regardez vers la gauche, vous verrez qu'en 2010-2011, ils étaient aussi faibles qu'il y a 20 ans. Nous avons fait beaucoup de progrès au cours des 20 dernières années, et l'offre a connu une énorme augmentation, mais le prix du homard en dollar canadien est à peu près le même qu'il y a 20 ans.

This is another important slide. I know fishermen always argue they always get screwed in this industry because there are conspiracies or cartels, and the world is out to get them, et cetera. This shows the relationship between shore prices in Nova Scotia and the U.S. wholesale price. This is for live lobster. You can see when the wholesale price goes up that the price goes up in Nova Scotia. When it goes down, it goes down. In other words, there is a very close relationship between those prices. The second thing to notice is just how narrow the gap is between the shore price and the wholesale price. That gap is what the buyer and shipper of lobster earns out of that sale into the U.S. market. It is not much. It is about 20 to 25 per cent; 75 to 80 per cent of the export price is earned by fishermen.

That price is very sensitive to changes in the market, and you can see that there are a number of changes occurring because it is a live product, supply-demand; and secondly, there is a fairly narrow gap between those two prices. The shore price is driven very much by the wholesale price in the U.S.

I will not go into a lot of detail on this slide, but what we looked at in our report two years ago was what has happened to fishermen's incomes in the last few years as a consequence of the exchange rate change and the impact of the recession. The yellow bar shows the average incomes, net income, by LFA, by lobster fishing area, across Atlantic Canada. This is 2004. In 2004, before exchange rates had a real impact, life was good on the shore. Incomes were solid, catches were good. By 2009 the red shows the change that has occurred, and in most cases the net incomes have gone from positive, yellow, to negative, red, and it varies depending on where you are. In Area 34, which is the largest fishing area in southwest Nova Scotia, incomes have dropped substantially as a consequence of the price and revenue changes.

The anomaly, that area between 28 and 32, is the huge increase in landings after 2004. This is the area around Canso, Chedabucto Bay. I am not clear why it has occurred, but it is an anomaly. This is a huge increase, and this is an area with typically very low landings, a weak economy, a few thousand pounds per boat, so they have done well in the last several years, despite the price declines and despite the exchange rate drop.

This just shows product prices and what has happened. The process products, the yellow line is five- to six-ounce tails; the red line is a two-pound, just a meat pack, claw knuckle pack. As you can see, again, since 2002, the exchange rate declined. Those prices have dropped. They dropped precipitously after 2008 once

Voici une autre diapositive importante. Je sais que les pêcheurs prétendent toujours se faire avoir dans ce secteur en raison de conspirations ou de cartels, ils pensent que tout le monde leur en veut, et cetera. Ceci illustre le lien entre les prix au débarquement en Nouvelle-Écosse et les prix de gros aux États-Unis. Il s'agit de homards vivants. Vous pouvez constater que lorsque le prix de gros augmente, les prix augmentent aussi en Nouvelle-Écosse. Lorsqu'il descend, l'autre descend. En d'autres termes, il y a là un lien très étroit entre ces prix. Le deuxième élément qu'il convient de remarquer c'est la faible différence qui existe entre le prix au débarquement et le prix de gros. Cette différence représente ce que l'acheteur et l'expéditeur de homards retirent de cette vente sur le marché américain. Ce n'est pas beaucoup. Il s'agit de 20 à 25 p. 100; de 75 à 80 p. 100 du prix des exportations revient aux pêcheurs.

Ce prix est très sensible aux fluctuations du marché, et vous pouvez voir qu'un certain nombre de changements se produisent car il s'agit d'un produit vivant, offre et demande; et deuxièmement il y a une différence relativement faible entre ces deux prix. Le prix au débarquement dépend énormément du prix de gros aux États-Unis.

Je n'examinerai pas cette diapositive en détail, mais ce que nous avons examiné dans notre rapport il y a deux ans, c'était les conséquences sur le revenu des pêcheurs des quelques dernières années des fluctuations du taux de change et de la récession. La barre jaune représente les revenus moyens, le revenu net, par LFA, par zone de pêche au homard, dans l'ensemble du Canada atlantique. Il s'agit de 2004. En 2004, avant que les fluctuations du taux de change n'aient de véritables répercussions, les choses allaient bien au débarquement. Les revenus étaient solides, et les prises étaient bonnes. Vers 2009, la barre rouge montre le changement qui s'est produit, et dans la plupart des cas les revenus nets sont passés de positifs, en jaune, à négatifs, en rouge, et cela dépend de l'emplacement. Dans la zone 34, qui est la plus grande zone de pêche du sud-ouest de la Nouvelle-Écosse, les revenus ont chuté substantiellement en raison des fluctuations de prix et de revenus.

La zone située entre les zones 28 et 32 constitue une anomalie en raison d'une forte augmentation du nombre de débarquements après 2004. Il s'agit de la zone entourant Canso, la baie de Chedabucto. Je ne sais pas exactement pourquoi cela s'est produit, mais c'est une anomalie. Il s'agit d'une augmentation énorme, et c'est une zone qui connaît normalement un nombre très faible de débarquements, qui a une économie faible, quelques milliers de livres par navire, et qui s'en est donc plutôt bien sortie au cours des dernières années, malgré la chute des prix et la chute du taux de change.

Cette diapositive-ci montre les prix de la production et ce qui s'est passé. Les produits transformés, la ligne jaune, représentent des queues de cinq à six onces; la ligne rouge représente les paquets de deux livres, un paquet de viande, un paquet de pinces comprenant l'articulation. Comme vous pouvez le voir, une fois

the recession took hold. Similarly, there has been a steady decline in the export price of live lobster.

This slide shows us where our lobster goes — 80 per cent goes to the U.S., roughly 9 per cent to the EU, 10 per cent to Asia, and less than 1 per cent to other countries. If there is a bright spot here, it is that China has increased its imports of Canadian lobster. They virtually doubled in the last year or so, but it is still only a fraction of that billion-dollar market. It is about \$20 million, but there is huge growth potential there. There are many in the industry, you mentioned Stewart Lamont earlier, and he is a major exporter into China. These are small companies. There are many small companies in this industry, and that in itself is an issue, as we will see in a moment.

Very simply, exports back in 2002 where production had been about 50-50, live product and processed product, it is now 60-40, that 60 per cent is processed and only about 40 per cent is live trade.

If you want to look at these details, by all means do. This just simply shows the breakdown of that export dollar, in whose pocket it goes — retailers, distributors, shippers, buyer and harvesters — but I will not go into that detail because it is more than we need, and this is for processed lobster, the same thing. If you have specific questions about that, I will be happy to answer them, but it is perhaps more detail than we need.

This chart shows you the same information, the export price and the share of that price that accrues to harvesters, to fishermen, and as I said, it is about 70 per cent to 80 per cent of the export price, and that is pretty consistent over the last 20 years.

I have used the term in the lobster report that it is an industry that is structured to underperform. By that I mean it does not extract the maximum value from the resource. There is money left on the table because of wastage, because of poor quality, because of the fragmentation of the industry, the difficulty of dealing with large distributors. There are a number of issues that the industry faces, both on the harvesting and the shipping and the processing sectors. Some problems are the way supply comes ashore, the difficulty of maintaining quality, in whose hands the lobster falls, et cetera, so it is an industry that could be extracting more, but there are structural issues at work to prevent that.

encore, depuis 2002, le taux de change a chuté. Ces prix ont chuté. Ils ont fait une chute vertigineuse après 2008 lorsque la récession s'est installée. Parallèlement, il y a eu une chute continue du prix des exportations de homards vivants.

Cette diapositive nous montre dans quelle direction s'en va notre homard — 80 p. 100 part vers les États-Unis, environ 9 p. 100 vers l'Union européenne, 10 p 100 vers l'Asie, et moins de 1 p. 100 vers d'autres pays. S'il y a une bonne nouvelle dans tout cela, c'est que la Chine a augmenté ses importations de homards canadiens. Ces importations ont pratiquement doublé au cours de la dernière année, mais cela ne représente toujours qu'une fraction de ce marché de plusieurs milliards de dollars. Cela représente environ 20 millions de dollars mais il y a un potentiel de croissance énorme. Il y en a beaucoup dans l'industrie, vous avez mentionné Stewart Lamont un peu plus tôt, qui est un exportateur majeur vers la Chine. Il s'agit de petites compagnies. Il y a un grand nombre de petites entreprises dans ce secteur, ce qui est en soit un problème, et nous allons le voir dans un instant.

C'est très simple, les exportations, en 2002, à une époque où la production était d'environ 50-50, produits vivants et produits transformés, cela représente désormais 60-40, c'est-à-dire 60 p. 100 pour le produit transformé et seulement 40 p. 100 pour le homard vivant.

Si vous voulez regarder ces détails, n'hésitez surtout pas. Cela montre tout simplement la façon dont le dollar à l'exportation est ventilé et dans la poche de qui s'en va cet argent — les détaillants, les distributeurs, les expéditeurs, les acheteurs et les pêcheurs —, mais je ne vais pas entrer dans les détails, car ce n'est pas vraiment nécessaire ici et, pour le homard transformé, c'est la même chose.

Si vous avez des questions précises là-dessus, je me ferai un plaisir d'y répondre, mais il y a peut-être plus de détails que nous n'en avons besoin.

Ce graphique vous montre la même information, à savoir le prix à l'exportation et la part de ce prix qui revient au pêcheur et qui, comme je l'ai indiqué, tourne autour de 70 à 80 p. 100 du prix à l'exportation, part qui est restée plus ou moins constante au fil des 20 dernières années. Dans le rapport sur le homard, j'ai dit que l'industrie est structurée de manière à contre-performer. Par là, je veux dire qu'elle ne tire pas la valeur maximale de sa ressource. Il reste de l'argent sur la table, à cause de gaspillage, à cause de mauvaise qualité, à cause de la fragmentation de l'industrie, de sa difficulté à traiter avec de gros distributeurs. L'industrie est confrontée à un certain nombre de problèmes, tant dans le secteur de la pêche que dans ceux de l'expédition et de la transformation. Certains problèmes sont dus à la façon dont la marchandise arrive au quai, la difficulté à maintenir la qualité, les mains entre lesquelles se retrouve le homard, et cetera, et donc il s'agit d'une industrie qui pourrait extraire davantage, mais qui souffre de problèmes structurels qui l'en empêchent.

This slide is not lobster; this is salmon. I have this chart here to show that, as you can see, in the decade from 1992 to about 2002 there was a steady decline in the global price of farmed salmon, and that is because the industry was geared to produce volume. It produced, and it was a production-driven industry. It had not developed the real marketing capability to make sure that that production was absorbed effectively in the markets, and as a consequence, price just kept on falling.

It went from \$8 a kilo down to about \$3 a kilo at its bottom. Over that period, there were all kinds of bankruptcies and consolidation of the industry. In the late 1980s, there were about 100 independent salmon companies producing in British Columbia and about 40 in New Brunswick. Today there are 4 in each of those provinces.

In British Columbia the four are Norwegian, and in New Brunswick the four are New Brunswick companies. However, this represents the consolidation that took place. They were cutting each other off at the knees trying to buy market share. After that consolidation and with improved marketing, you can see what happened to price. It began to increase against the backdrop of a doubling of total production over that period from about 1 million to about 2 million tonnes.

Therefore, it is possible to take hold of an industry and do something with it if the structure is right. I do not think we are going to see the same kind of structural change in the lobster industry; it does not lend itself to that. Nonetheless, it is an example of what can happen with the right circumstances.

What are the challenges? Getting the structure of the industry right — there are details there — what that means, and establishing the brand. We would have no quality standards of lobster in this country, none. Therefore, it is very difficult to brand without those standards to indicate what this brand stands for, when, and what supports it.

Getting the right product to the right market. One of the things with exchange rates is that when they go tumbling, everyone is scrambling to find the next market, where can you make that margin. It is a real challenge.

Improving the terms of trade. By that I mean we have a fragmented industry, hundreds of shippers competing for the same markets, and they undercut each other regularly. Same with processors — they undercut each other regularly trying to get market share. I think a more consolidated approach and a more coordinated approach would change those terms of trade.

Cette diapositive ne porte pas sur le homard; il s'agit du saumon. J'ai inclus ce graphique pour vous montrer que, comme vous le voyez, dans la décennie de 1992 à environ 2002, il y a eu une chute constante du prix global du saumon d'élevage et cela est attribuable au fait que l'industrie s'employait à ne produire que du volume. Elle produisait et il s'agissait d'une industrie axée sur la production. Elle n'avait pas développé de véritable capacité de commercialisation pour s'assurer que sa production serait absorbée efficacement par les marchés et, par voie de conséquence, les prix ont simplement continué à dégringoler.

On est passé de 8 \$ le kilo au prix plancher de 3 \$ le kilo. Au cours de cette période, on a assisté à toutes sortes de faillites et de fusions au sein de l'industrie. À la fin des années 1980, on comptait environ 100 entreprises indépendantes qui produisaient du saumon en Colombie-Britannique et environ 40, au Nouveau-Brunswick. Aujourd'hui, il en existe quatre dans chacune de ces provinces.

En Colombie-Britannique, ces quatre entreprises sont norvégiennes tandis qu'au Nouveau-Brunswick, elles sont néo-brunswickoises. Toutefois, cela illustre le degré de fusion qui s'est produit. Elles se coupaient mutuellement l'herbe sous le pied en essayant d'acheter des parts de marché. Après ces fusions et avec une meilleure stratégie de marketing, vous pouvez voir ce qui est arrivé aux prix. Ils ont commencé à augmenter avec, en toile de fond, une production totale qui a doublé pendant cette période, pour passer de un million à environ deux millions de tonnes.

Par conséquent, il est possible de prendre en main une industrie et d'en faire quelque chose si elle a la bonne structure. Je ne pense pas que nous allons assister au même type de changement structurel dans l'industrie du homard; elle ne s'y prête pas. Toutefois, il s'agit d'un exemple de ce qui peut arriver dans les bonnes circonstances.

Quels sont les défis? Il s'agit d'obtenir la bonne structure pour l'industrie — et en voici les détails ici — ce que cela signifie, et d'asseoir la marque. Nous ne disposerions d'aucune norme sur la qualité du homard dans notre pays, aucune. Ainsi, il est très difficile de promouvoir une image de marque sans ces normes pour indiquer ce que représente cette marque et ce sur quoi elle repose.

Acheminer le bon produit vers le bon marché. Le problème avec les taux de change, c'est que lorsqu'ils s'écroulent, tout le monde panique et s'efforce de trouver le prochain marché, là où on peut réaliser cette marge de profit. C'est un véritable défi.

Améliorer les termes de l'échange. Par là, je veux dire que nous avons une industrie fragmentée, des centaines d'expéditeurs en lice pour les meilleurs marchés et qui se livrent une concurrence déloyale. C'est la même chose avec les transformateurs — ils se livrent régulièrement une concurrence déloyale pour essayer de s'approprier des parts de marché. Je crois qu'une démarche plus consolidée et une démarche mieux coordonnée pourraient changer ces termes de l'échange.

The distributors in most countries are getting bigger and bigger. The grocery chains and retailers are getting bigger. It is difficult. It is easy for them to play one shipper or one processor against another.

What do we focus on that we can influence? We can influence supply and we can also influence demand through marketing, advertising and brand development. Quality and timing are both within the hands of the industry. Quality is certainly making sure that the fish is caught at a time when it is at its best quality and held so that the quality does not deteriorate.

With marketing and selling, a lot of companies simply sell their product. They just put it on the market, off it goes. There is no attempt to look for the best markets. It is just a matter of trying to turn a dollar, and that is a cash flow constraint. That is a real problem, but the structure of the industry contributes to that.

We cannot influence exchange rates. We cannot influence the substitutes for lobster, shrimp and so on that restaurants put on their menus when lobster prices increase, nor can we influence the market structure. We have to recognize that those are issues and try to deal with them with the levers that we do control.

This is a picture of my son on a lobster fishing trip a couple of years ago. He likes lobster and he likes to catch it, so he is both supply and demand.

I would be happy to answer any questions that anyone has.

The Chair: Thank you very much. That was very interesting with a lot of points. There is certainly some great information for us.

Could you touch for a moment on the structure? You made a comment almost as you finished of why we would not see the same type of change in the lobster industry as we would in the salmon industry, but you did not elaborate. Could you touch on that a bit more?

Mr. Gardner: Sure. The global salmon industry now is a handful of companies dealing with a handful of major distributors and retailers internationally. There is equality in the bargaining strength and how you set prices. There is still price competition, but there is also non-price competition, how we deliver and how we serve our customers and our clients.

In the lobster industry in the Atlantic region and Quebec, there are about 10,000 independent harvesters. Not four or eight companies producing, but 10,000 independent companies

Dans la plupart des pays, les distributeurs deviennent de plus en plus gros. Les chaînes d'épicerie et les détaillants deviennent plus gros. C'est difficile. Il est facile pour eux de faire jouer la concurrence entre les expéditeurs ou entre les transformateurs.

Quelles sont les choses sur lesquelles nous pouvons influencer et sur lesquelles nous devrions nous concentrer? Nous pouvons influencer sur l'offre et nous pouvons également influencer sur la demande par le biais du marketing, de la publicité, et du développement de la marque. La qualité et le facteur temps sont tous les deux entre les mains de l'industrie. La qualité signifie qu'il faut s'assurer que le poisson est attrapé au moment où il est au mieux de sa qualité et à le préserver pour que cette qualité ne se détériore pas.

Avec le marketing et la vente, un grand nombre d'entreprises vendent simplement leurs produits. Elles le mettent simplement sur le marché et elles l'écoulent. Elles n'essaient aucunement d'identifier les meilleurs marchés. Il s'agit simplement d'essayer de faire de l'argent et c'est une contrainte de liquidité. C'est un véritable problème, mais la structure de l'industrie y contribue.

Nous ne pouvons pas influencer sur les taux de change. Nous ne pouvons pas influencer sur les produits substitués du homard, les crevettes entre autres, que les restaurants mettent à leur menu lorsque les prix du homard augmentent, et nous ne pouvons pas non plus influencer sur la structure du marché. Nous devons nous rendre à l'évidence que ce sont là des problèmes et nous devons essayer de les résoudre avec les moyens que nous contrôlons.

Ceci est une photo de mon fils lors d'un voyage de pêche au homard, il y a quelques années de cela. Il aime le homard et il aime le pêcher, ce qui le place tant du côté de l'offre que de la demande.

Il me fera plaisir de répondre à vos questions.

Le président : Merci beaucoup. Cela a été très intéressant et très instructif. C'est certainement très utile pour nous.

Pourriez-vous nous parler quelques instants de la structure? Vers la fin de votre présentation, vous avez expliqué pourquoi nous ne devrions pas assister au même type de changement dans l'industrie du homard que dans l'industrie du saumon, mais vous n'avez pas donné beaucoup de détails. Pourriez-vous nous en dire un peu plus?

M. Gardner : Bien sûr. À l'échelle internationale, l'industrie du saumon se retrouve entre les mains d'une poignée d'entreprises qui traitent avec une poignée de gros distributeurs et de détaillants, à l'échelle mondiale. Il y a une certaine égalité entre les forces qui transigent et la manière dont les prix sont établis. Il y a toujours une concurrence au niveau des prix, mais il y a également une concurrence qui n'a rien à voir avec les prix, et qui a davantage à voir avec la façon dont on livre le produit et dont on sert les clients.

Dans l'industrie du homard, dans la région de l'Atlantique et au Québec, on compte environ 10 000 pêcheurs indépendants. Il ne s'agit pas de quatre ou huit entreprises de production, mais

fishing at different times of the year. You have hundreds of buyers and shippers of live product and about 30 or so significant processors of product.

The industry is fragmented. It looks a lot like the salmon industry did, even more fragmented, 20 years ago. The challenge is how to get these groups — harvesters, shippers and processors — to work in a more coordinated fashion. At this point, they are at each other's throats; there is no trust in the industry and there is no mechanism for gaining the value that is lost because of either quality deterioration or bargaining strength in international markets.

We are our own worst enemies when it comes to marketing this product. It is a tremendous resource, but we do not do a great job at marketing it. Part of that is just the structure of the industry.

The Chair: One more before we go to Senator Greene. You talked about the increase in supply and said there are some major numbers there when you look at the past 10 years or so.

Mr. Gardner: Yes.

The Chair: Did you sense any fear of overfishing of the supply?

Mr. Gardner: The Fisheries Resource Conservation Council, which I think has been terminated at this point, produced a wonderful report, I guess it would be about four years ago now, on the lobster industry. They expressed concern, as did some scientists, about the exploitation rates in some areas. By "exploitation rates," I think they simply mean the proportion of the legal-sized biomass that is harvested in any given year. There are numbers in the 70 per cent to 80 per cent range in some areas. That is always a concern.

Years ago, Minister Anderson took a number of steps to try to improve the chances of a sustainable industry should there be adverse environmental conditions. One of the big problems now is that scientists are unable to explain why abundance has increased as much as it has. Broad-scale environmental change is presumably the answer. The absence of predators, cod and other groundfish is also a contributing factor. We are not really sure why lobster catches have gone up so much.

A third factor is increased fishing effort because as prices have come down, fishermen try to catch more to maintain their revenues. That is contributing to any resource abundance issues that may occur as we go forward.

The answer to your question is that I do not think the research is clear enough to know where that exploitation rate is and whether it is essentially a recruitment fishery; in other words, as

plutôt de 10 000 entreprises indépendantes de pêche, à différents moments de l'année. Vous avez des centaines d'acheteurs et d'expéditeurs de produits vivants et environ une trentaine de gros transformateurs de produits.

L'industrie est fragmentée. Elle ressemble beaucoup à l'industrie du saumon, qui était même encore plus fragmentée, il y a 20 ans. Le défi est de faire en sorte que ces groupes — les pêcheurs, les expéditeurs et les transformateurs — travaillent de manière plus coordonnée. À l'heure actuelle, ils sont davantage à couteaux tirés; la confiance ne règne pas au sein de l'industrie et il n'existe aucun mécanisme pour récupérer la valeur de ce qui a été perdu, soit à cause d'une perte de qualité ou à cause de la force de négociation sur les marchés internationaux.

Nous sommes nos propres ennemis lorsqu'il s'agit de commercialiser ce produit. Il s'agit d'une extraordinaire ressource, mais nous faisons un piètre travail pour la commercialiser. Cela est en partie à cause de la structure de l'industrie.

Le président : Une autre avant de passer au sénateur Greene. Vous avez parlé de l'augmentation de l'offre et vous avez dit que certains chiffres sont assez impressionnants lorsque vous regardez les 10 dernières années environ.

M. Gardner : Oui.

Le président : Avez-vous décelé des inquiétudes en ce qui concerne une surpêche?

M. Gardner : Le Conseil pour la conservation des ressources halieutiques, lequel a depuis été dissous, a produit un excellent rapport, il y a je crois quatre ans de cela maintenant, sur l'industrie du homard. À l'instar de certains chercheurs, il a exprimé ses inquiétudes quant aux taux d'exploitation dans certaines régions. Par « taux d'exploitation », je crois qu'on voulait tout simplement dire la proportion de biomasse de taille légale qui est capturée en une année donnée. Dans certaines régions, les chiffres atteignent 70 à 80 p. 100, ce qui est toujours une source d'inquiétude.

Il y a quelques années, le ministre Anderson a pris un certain nombre de mesures pour essayer d'améliorer les perspectives d'une industrie viable, en cas de conditions environnementales défavorables. Un des gros problèmes à notre époque est que les chercheurs sont incapables d'expliquer pourquoi l'abondance a tellement augmenté. Les changements environnementaux à grande échelle en sont vraisemblablement à l'origine. L'absence de prédateurs, morues et autres poissons de fond a également contribué au phénomène. Nous n'arrivons pas vraiment à expliquer pourquoi les prises de homards ont tellement augmenté.

Un troisième facteur serait l'intensification des efforts de pêche, car alors que les prix ont baissé, les pêcheurs s'efforcent d'en attraper davantage pour maintenir leurs revenus. Cela pourrait contribuer à tous les problèmes d'abondance des ressources qui pourraient se poser à l'avenir.

Pour répondre à votre question, je dirais que je ne pense pas que les recherches soient suffisamment claires pour savoir où en sont les taux d'exploitation et s'il s'agit essentiellement d'une pêche de

soon as the animals are large enough, they are caught, which could certainly be an issue for sustainability were there to be a change in environmental conditions.

The Chair: I want to apologize for the jack hammering that you can hear outside. We are supposed to be advised of work that is ongoing, but we have not been this evening. I apologize to the committee members and to our witness, but there is nothing we can do about it at this point.

Senator Greene: Thank you. I have a couple of questions. On the harvesting side, with regard to the structure of the industry and that chart you had up before, could you outline a couple of very specific things that you think ought to be considered on the harvesting side that would deal with the structure of the industry and make it more rational that are within the capability of the federal government?

Mr. Gardner: One thing that has been suggested within the last year is to do away with the fleet separation policy, the owner-operator policy. For those who are not aware of what that means, only those who hold a fishing licence may own and operate a boat; you cannot have a fish plant or a processing plant actually owning the licence and running the boat.

One of the implications of that is that anyone who has substantial investment in processing or holding facilities — not just for lobster but for a number of other species — has no guarantee that they will get any supply of raw material. The only thing they can do is try to secure that through whatever mechanisms they can.

You have to pay top dollar, that is a given, but people supply bait, ice on loading facilities; they take care of employment insurance, taxation, filling out the forms and so on. They provide a number of services in order to secure that supply. Sometimes it works, but as soon as you deviate from the going price you lose that boat no matter what occurs. Insecurity of supply is an issue, and that is largely because of the independence of the buying sector and the harvesting sector.

That said, let us be clear: Trying to tamper with that to change it is very unpopular within the fishing industry, at least on the harvesting side. There have been some noises about that over the years, but there has been no action because it would just be such an unpopular activity.

Senator Greene: The fact that you named that one first means that it would be a very important thing to do if it could be done and that it is very difficult to change the structure of the industry in any meaningful way to create a viable lobster industry, one that does not have to be bought back every couple of years without that.

recrutement; en d'autres mots, dès que les animaux sont suffisamment gros, ils sont attrapés, ce qui pourrait certainement poser des problèmes de viabilité s'il devait y avoir des changements dans les conditions environnementales.

Le président : Je veux vous faire nos excuses pour les bruits de marteau-piqueur que vous entendez à l'extérieur. Nous sommes censés être prévenus des travaux qui ont lieu, mais nous n'avons pas été prévenus ce soir. Je désire présenter mes excuses aux membres du comité ainsi qu'à notre témoin, mais il n'y a rien que nous puissions faire à ce moment-ci.

Le sénateur Greene : Merci. J'ai quelques questions. Pour ce qui est de la pêche, en ce qui a trait à la structure de l'industrie et au tableau que vous nous avez présenté avant, pourriez-vous identifier quelques points très précis qui à votre avis devraient être examinés du côté de la pêche, qui permettraient de régler des problèmes de structure de l'industrie, qui la rendraient plus rationnelle et qui relèvent de la compétence du gouvernement fédéral?

M. Gardner : Une chose a été suggérée au cours des derniers mois — il s'agit d'éliminer la politique de séparation des flottilles, la politique des propriétaires exploitants. Pour ceux qui ne savent pas ce que cela signifie, seuls les détenteurs d'un permis de pêche peuvent être propriétaires d'un bateau inexploité; l'usine de transformation du poisson ne peut pas détenir de permis et exploiter le bateau.

Une des conséquences de cela serait que quiconque a fait des investissements conséquents dans une usine de transformation ou des locaux d'entreposage — pas seulement pour le homard mais pour toute une série d'autres espèces — n'a aucune garantie de pouvoir obtenir un approvisionnement en matière brute. La seule chose qu'ils peuvent faire, c'est d'essayer d'acquiescer cette matière première en se servant de tous les mécanismes possibles.

Bien entendu, cela coûte cher mais on fournit des appâts, la glace nécessaire aux installations de chargement et on s'occupe de l'assurance-emploi, de la fiscalité, de la paperasse, et cetera. Pour s'assurer de pouvoir compter sur cet approvisionnement, ce sont des services qu'ils fournissent. Parfois les choses vont rondement mais dès qu'on s'écarte du prix courant, on ne peut plus compter sur un bateau donné. L'insécurité en matière d'approvisionnement est un problème et c'est essentiellement en raison de l'indépendance du secteur qui achète le produit et du secteur qui en fait la cueillette.

Cela dit, il faut savoir que toute tentative de modifier cela n'est pas très prisée dans l'industrie de la pêche, du moins du point de vue des pêcheurs eux-mêmes. Au fil des ans, il y a eu des rumeurs à cet effet mais rien n'a été fait car ce serait tout à fait impopulaire d'intervenir.

Le sénateur Greene : Le fait que vous ayez parlé de cela en premier lieu me fait dire que si c'était possible, ce serait quelque chose de capital et qu'il est très difficile de modifier la structure d'une industrie comme celle du homard pour qu'elle soit viable, pour qu'on n'ait pas besoin de la renflouer de deux ans en deux ans.

Mr. Gardner: I am not convinced that that is essential to running a viable and vibrant industry. In fact, I think there are a number of indications that even if licences were held by processing companies or by shippers, they would not behave in exactly the manner as the fishermen do, and that is to maximize their catches and share because, after all, it is a competitive fishery.

Competition is the incentive that gets you taking as much as you can, harvesting as fast as you can. How do you deal with that? We have dealt with that in Canada in all kinds of fisheries by introducing quotas. There could be boat quotas, in other words a fixed amount per boat, or they could be tradeable quotas, and those exist on the West Coast and in a number of fisheries on the East Coast. Again, lobster fishermen, not all but many, are opposed to quotas. The department really is not interested in pursuing that. There are technical issues around being able to set a quota, but I do not think that is the issue.

Senator Greene: Tradeable quotas, ITQs or enterprise allocations, however you want to describe them — there has always been resistance initially in the fishery wherever they have been introduced, but there has never been a fishery that has given up on them once they have been. It strikes me that a lot of work needs to be done in that area. How you would devise tradeable quota when you have no quotas globally is difficult, but it might be based on traps; I do not know.

Mr. Gardner: There are a number of technical ways of addressing that kind of rationalization mechanism. I think there is a real issue in a number of the fishing areas that there are too many vessels in the fishery and it is very difficult for individuals to make a decent living.

There are a number of mechanisms but, even without any of those, a better relationship between harvesters and shippers would improve immeasurably the state of the industry. That has been an intractable problem because there are suspicions and lack of trust. Even being able to rely on getting the right price, as it were, or you are offering the right price and accepting it, moving your product into better storage facilities, for example, would make a huge difference.

Senator Cordy: Thank you for your presentation. You spoke about things that we can influence and things we cannot, and I guess we can leave those things alone. However, let us look at the things we can influence. Senator Greene touched on many of them, such as supply and demand and whether we have quotas or shorter seasons or whatever.

Human nature is such that if you are not getting the amount of money that you got five years ago for your product, for each individual pound of lobster, then you will try to increase the supply that you are fishing. That is human nature.

M. Gardner : Je ne suis pas convaincu que ce soit essentiel pour maintenir une industrie viable et dynamique. En fait, tout porte à croire que même si des permis étaient détenus par les sociétés de transformation ou les expéditeurs, on constaterait le même comportement que chez les pêcheurs, à savoir le souci de maximiser les prises et les parts, car après tout, il s'agit d'une pêche concurrentielle.

La concurrence a un effet incitatif qui pousse à capturer le maximum de prises, le plus rapidement possible. Comment donc aborder cet aspect? Au Canada, dans le cas de plusieurs espèces, nous avons introduit des quotas. On pourrait fixer un quota par bateau, autrement dit une quantité fixe par bateau, ou bien on pourrait avoir recours à des quotas négociables, comme cela existe sur la côte Ouest et dans le cas de la pêche de certaines espèces sur la côte Est. Je le répète, les pêcheurs de homard, pour la plupart, s'opposent à l'imposition de quotas. Le ministère ne voit pas l'intérêt d'emprunter cette voie. Il est vrai qu'il existe des problèmes techniques s'agissant d'établir un quota, mais je ne pense pas que ce soit l'empêchement.

Le sénateur Greene : Qu'on les appelle quotas négociables, CIT ou contingentements par entreprise, il y a toujours, au départ, une résistance initiale dans l'industrie partout où on les a mis en place, mais aucune pêche n'a fait l'objet d'un abandon une fois un quota établi. Il me semble qu'il y aurait beaucoup de travail à faire sur cet aspect. Comment concevoir un quota négociable quand il n'en existe pas? On pourrait peut-être commencer par le nombre de casiers, n'est-ce pas?

M. Gardner : Divers moyens techniques permettent d'établir ce genre de mécanisme de rationalisation. À mon avis, il existe un problème important dans certaines zones de pêche car on y trouve trop de bateaux et les pêcheurs ont du mal à gagner un revenu convenable.

Certains mécanismes existent mais en l'absence de telles solutions, un meilleur rapport entre les pêcheurs et les expéditeurs signifierait une amélioration appréciable. Le problème persiste car on constate des comportements soupçonneux et un manque de confiance. Même pouvoir compter sur un prix correct, pour ainsi dire, c'est-à-dire savoir offrir un prix équitable et l'accepter, entreposer le produit dans des installations mieux aménagées, par exemple, ferait une énorme différence.

Le sénateur Cordy : Merci de votre présentation. Vous avez parlé des facteurs que nous pouvons infléchir et ceux sur lesquels nous n'avons pas de prise, laissons cela de côté. Toutefois, voyons là où nous pouvons agir. Le sénateur Greene en a évoqué plusieurs comme l'offre et la demande et d'éventuels quotas ou le raccourcissement de la saison de pêche.

La nature humaine étant ce qu'elle est, quand on ne peut pas obtenir le rendement obtenu cinq ans auparavant pour un produit, pour chaque livre de homard en l'occurrence, alors on essaie d'augmenter l'offre. C'est tout à fait humain.

You certainly see in Nova Scotia all the trucks parked by the side of the road in December, and around Christmas lobster is \$5 a pound. That was unheard of even 10 years ago in Nova Scotia. You tie that to the marketing and selling or the quality of the lobsters we are getting.

Where do we start? Where do we start in terms of making it a viable industry? We saw the people in southwest Nova Scotia whose incomes have dropped. They are not making any money, basically. You are seeing them in the minus area. Where do we start? You understand the human nature of people fishing more because they are not getting as much per pound. Who steps in to say you have to maintain the amount you were fishing ten or five years ago, and how do we work together? Right now are the four Atlantic provinces, Quebec and the federal government sitting down together to say how do we fix the problem, along with industry?

Mr. Gardner: There are a lot of questions there. What I am hearing is, "Where do we start?" I think one of the issues common to all areas pretty much in the Atlantic region is the rate at which the resource comes ashore once the season opens. You will see in southwest Nova Scotia, in the next 10 days I think it is roughly, when the season opens, the boats will be fishing 24 hours, double hauls, two crews. Not all of them but many of them, the larger ones, will not come ashore until the holds are full. Some of them have washers and dryers on the vessels now, and these are 45- or 50-foot boats. They are not huge, but very wide.

Slowing down the supply would be one approach, even if it is just the early part of the season. The harvest is about double what the market wants at that time of year. What happens to it? The best place to leave those lobsters is on the bottom of the sea, but they come ashore. Fishermen hold them in their cars; they are holding things off the side of a wharf and so on. These are not good holding facilities.

Last year in particular, literally millions of pounds were destroyed because there was too much volume, poor quality to begin with; they could not hold it and they tried to hold it. A lot of it went to processing in New Brunswick. It really is an embarrassment, as Canadians, to see this kind of wastage of this resource. Part of that is a timing issue, when in the season the fishery occurs, and part of it is the transaction, how to get the lobster out of the boat and into the hands of someone who knows how to hold it. That is not occurring. It occurs some, but a large percentage of the catch in southwest Nova Scotia is held by fishermen because they expect that if they hold it the price will go up. Sometimes it does; sometimes it goes the other way. They miss the boat, as it were, for the market.

Slowing down the supply, gaining some control, getting that supply into the hands of shippers or processors who can do something with it — both of those factors would contribute.

En Nouvelle-Écosse, les camions affluent en décembre, autour de Noël, alors que le homard est à 5 \$ la livre. Il y a 10 ans, c'était du jamais vu en Nouvelle-Écosse. On attribue cela à la commercialisation ou à la qualité du homard.

Comment intervenir? Comment faire en sorte que cette pêche soit viable? Le revenu des pêcheurs dans le sud-ouest de la Nouvelle-Écosse a chuté. Essentiellement, cette pêche n'est plus rentable. Les pêcheurs travaillent à perte. Comment intervenir? Vous comprenez pourquoi les pêcheurs pêchent davantage car ils n'obtiennent pas autant par livre de homard pêché. Comment imposer aux pêcheurs de ne pêcher que la quantité qu'ils pêchaient il y a 10 ou cinq ans? Comment faire oeuvre commune à cet égard? Les provinces de l'Atlantique, le Québec et le gouvernement fédéral se réunissent-ils pour tenter de régler le problème, avec les intervenants du secteur?

M. Gardner : Vous me posez de nombreuses questions. Vous me demandez comment on peut intervenir. Je pense que ce qu'il y a de commun dans toutes les zones de pêche de la région atlantique, c'est le rythme auquel la ressource est mise à quai une fois la saison ouverte. Dans le sud-ouest de la Nouvelle-Écosse, au cours des 10 prochains jours, quand la saison ouvrira, les bateaux pêcheront 24 heures sur 24, avec double cale et double équipage. Nombre d'entre eux, mais pas tous, les plus gros toutefois, ne débarqueront pas leurs produits tant que leurs cales ne seront pas remplies. Certains bateaux comportent maintenant des appareils de lessivage et de séchage à leur bord et ce sont des bateaux de 45 ou 50 pieds. Ils ne sont pas énormes mais ils sont très larges.

Une solution serait de ralentir l'offre même si ce n'était qu'en début de saison. Les prises représentent le double de ce que le marché peut accueillir à ce moment-là de la saison. Que se passe-t-il alors? La meilleure solution serait de laisser les homards au fond de l'océan. Cependant, on les débarque. Les pêcheurs les gardent dans leur voiture ou encore le long des quais. Ce ne sont pas là des installations de stockage adéquates.

L'année dernière en particulier, des millions de livres ont été détruites en raison d'un excédent de volume, d'une piètre qualité. Même si on a essayé de les stocker, cela s'est révélé impossible. Une grande partie est allée vers les usines de transformation du Nouveau-Brunswick. En tant que Canadiens, nous devrions rougir face à ce gaspillage de la ressource. C'est en partie une question de synchronisation au moment de la saison de pêche. C'est aussi une question de transaction, c'est-à-dire comment débarquer le homard et le remettre à des gens qui savent le stocker. Et ce n'est pas ce qui se produit. Jusqu'à un certain point, cela se fait mais un fort pourcentage de la prise dans le sud-ouest de la Nouvelle-Écosse est retenu par les pêcheurs car ils comptent sur un prix qui va grimper s'ils le font. Cela se produit parfois. Parfois cela a l'effet contraire. Ils manquent le bateau pour ainsi dire, et le produit n'est pas commercialisé.

Ralentir l'offre, l'endiguer jusqu'à un certain point, et remettre le produit entre les mains des expéditeurs et des transformateurs qui peuvent le rentabiliser — tous ces facteurs pourraient faire partie de la solution.

Controlling the supply is done in other fisheries. It has been done in Prince Edward Island with the processing sector when they said we cannot take any more than 500 pounds a boat per day. There are ways of introducing this kind of discipline, but from a market standpoint, or from an economic standpoint, one of the interesting things is that price plays no role as a signal to either increase or decrease supply. It does not. As soon as the season opens everybody goes fishing. It is not for a week to 10 days before people know what the price is. It seems to be chaotic, but it is chaotic every year. People are comfortable with that level of chaos; some even thrive on it.

There is loss through wastage and a loss of value, and those are the important things we have to keep in mind.

Senator Cordy: If we look at marketing and the quality, what do we have in terms of quality other than a lobster has to be a certain size? Are there any other criteria for taking a lobster from the ocean?

Mr. Gardner: The only other constraint is that fishermen are not permitted to take females that have eggs.

Senator Cordy: I forgot about that.

Mr. Gardner: Otherwise we have fisheries open, I am sad to say, in Atlantic Canada, where it is guaranteed the quality is going to be poor for much of the season. The timing is just all wrong, but that is an historical artifact; that is when the season is. Getting rid of that season, altering it somehow, would make a huge difference, but there is a reluctance to do that because that is the way it is.

You could alter the number of traps that are set as a mechanism for adjusting the timing of supply. Any number of measures could be taken, but when you have seen these kinds of prices, how things have slid and how the incomes have changed, no one wants to hear about doing anything that will compromise the ability to earn income.

Senator Cordy: Canso was an anomaly when you showed that slide. The amount of money people were making was significantly higher than it was a few years ago, and certainly significantly higher than any other region in the Atlantic or on the East Coast. Did they do anything differently or is it just an anomaly?

Mr. Gardner: It is an anomaly. It is just environmental change. I do not think anyone really knows why that occurred there, except the conditions were good for egg production and survival and recruitment to the fishery. That is a series of events over a period of years. There is a huge crop.

Senator Raine: Thank you very much for your information. I am not familiar with the lobster industry, and I just cannot fathom how a boat comes in full of lobster and looks for someone to buy it. They do not have any pre-arranged signal? That is bizarre and I cannot imagine it.

On limite l'offre pour la pêche à d'autres espèces. Cela a été fait à l'Île-du-Prince-Édouard dans le secteur de la transformation quand les transformateurs ont refusé d'accepter plus de 500 livres par bateau par jour. Il y a moyen d'insuffler ce genre de discipline, mais du point de vue du marché ou d'un point de vue économique, il est intéressant de constater que le prix ne joue aucun rôle dans l'élasticité de l'offre. Aucun rôle. Dès que la saison ouvre, tous les pêcheurs vont pêcher. On ne connaît pas le prix avant sept ou 10 jours. C'est le désordre total, mais c'est comme ça chaque année. Certaines personnes s'arrangent de ce désordre, voire prospèrent grâce à lui.

Il y a perte par gaspillage, baisse de la valeur, et c'est cela qu'il faut garder à l'esprit.

Le sénateur Cordy : Sur le plan de la commercialisation et de la qualité, quels sont les autres éléments de la qualité à part la taille du homard? Y a-t-il d'autres critères qu'il faut respecter quand on retire un homard de l'océan?

M. Gardner : La seule autre contrainte est le fait que les pêcheurs ne sont pas autorisés à prendre des homards femelles qui portent des oeufs.

Le sénateur Cordy : J'avais oublié cela.

M. Gardner : Quant au reste, la pêche est ouverte et malheureusement je dois dire que dans le Canada atlantique, la qualité du produit sera piètre pour une grande partie de la saison. La synchronisation n'est pas ce qu'elle devrait être mais cela est historique. La saison est fixe. Si on se débarrassait de cette contrainte, s'il y avait des rajustements à la saison, cela ferait une énorme différence mais on hésite à faire cela à cause des antécédents.

On pourrait modifier le nombre de casiers pour rajuster la synchronisation de l'offre. Il y a bien des mesures qu'on pourrait prendre mais face à la chute des prix, et à la baisse des revenus, personne ne veut entendre parler des mesures qui pourraient compromettre ce gagne-pain.

Le sénateur Cordy : Vous nous avez montré une diapositive sur laquelle on constate que Canso est une anomalie. Les gens là-bas gagnaient un revenu considérablement plus élevé qu'il y a quelques années et considérablement plus élevé que les pêcheurs dans d'autres régions de l'Atlantique ou de la côte Est. A-t-on procédé autrement à Canso? Est-ce juste une anomalie?

M. Gardner : C'est une anomalie. C'est tout simplement un changement environnemental. Je ne pense pas que quiconque puisse vous dire pourquoi il en est ainsi, sauf que les conditions étaient idéales pour la production d'oeufs, la survie et la pêche. Il s'agit d'une série de circonstances qui se sont produites au fil des ans. La pêche est abondante là-bas.

Le sénateur Raine : Merci des renseignements que vous nous avez fournis. Je ne connais pas bien le secteur du homard mais je ne peux pas m'imaginer qu'un bateau, rempli de homards, se mette en quête d'un acheteur. N'a-t-il pas d'accord au préalable? Je trouve cela bizarre mais j'ai du mal à me l'imaginer.

Mr. Gardner: It is not quite like that. They have buyers, but they are also prepared to move to another buyer if someone offers them more. That is the thing. There are people on the wharf who will buy the lobster, but the buyers try to develop relationships with individual boats. However, it is an intensely competitive environment, and you can see that reflected in the way the price moves. As soon as there is an increase in the export price, prices will jump up.

There have been attempts — and some of the senators will be familiar with these — to try to influence prices with some of the major shippers and buyers getting together and saying we are not paying more than \$4 or \$5 a pound. It does not work. The competition is too intense despite the many efforts. These efforts by themselves have caused fishermen to be very suspicious of whether they are getting the truth or not. If you look at the difference between the wholesale and shore price, there is no question they are getting the better of the deal.

Senator Raine: The buyers are at the wharf buying X number of pounds of lobster. They then have to go and sell that lobster and they do not know what they will get on that side?

Mr. Gardner: That is one of the enduring mysteries of the industry. That is why you have so many sellers simply flipping it to whomever they can get to buy it, primarily in the United States. It cuts both ways. Very few shippers — and these are people who deal in live lobster — know in advance how much lobster they will get on any given day or week. Their customers are asking for this much lobster at such and such a price. The shipper can say, “I will try to get that for you, but I am not sure what the price will be.” In other words, the nature of the industry defeats itself in some ways in trying to engage in developing long-term relationships with customers as you move down the value chain.

Senator Raine: Has there been any discussion of saying this will be our base price and we will split anything above that that we get on export with the fisher?

Mr. Gardner: You have probably read the report that suggested this as one mechanism. That is an excellent suggestion. Some of the shippers are experimenting with this.

Senator Raine: If you did that, you would develop relationships.

Mr. Gardner: The challenge is making sure that the fishermen or the person selling you that lobster accepts that that is the price. I am getting this base price and as long as we get an honest split with the balance, the difference on the selling price, we are happy to play ball.

Senator Raine: If you were going to do that kind of a partnership, it would behoove everyone to work together in marketing it and creating a Canadian lobster brand that is superior to the southern lobster that do not have the pristine, cool water we do, or whatever we want to make up. If we want to get

M. Gardner : Ce n'est pas tout à fait comme ça que les choses se passent. Les pêcheurs font affaire avec des acheteurs mais ils sont prêts à changer quand il y a plus offrants. C'est là le problème. Les acheteurs se présentent sur le quai pour acheter du homard mais ils tissent des rapports avec divers bateaux. Toutefois, c'est un environnement très concurrentiel comme en témoigne la façon dont le prix fluctue. Dès qu'il y a une augmentation du prix à l'exportation, les prix grimpent.

Certains des grands expéditeurs et acheteurs ont essayé d'infléchir les prix — et certains sénateurs le savent bien — en disant qu'ils ne paieraient pas plus de 4 ou 5 \$ la livre. C'était en vain. La concurrence est trop intense malgré ce genre d'effort. Ce genre d'effort a amené les pêcheurs à se méfier, à se demander si on leur disait la vérité. Quand on regarde l'écart entre le prix de gros et le prix à quai, on sait qui à l'évidence fait la meilleure affaire.

Le sénateur Raine : Disons que les acheteurs achètent un certain nombre de livres de homard à quai. Il faut ensuite qu'ils vendent ce homard mais ils ne savent pas d'avance ce qu'ils tireront de cette vente, n'est-ce pas?

M. Gardner : C'est un des mystères qui persistent dans le secteur. Voilà pourquoi tant d'acheteurs vendent à qui veut bien acheter, surtout aux États-Unis. C'est une voie double. Très peu d'expéditeurs — et je parle ici de ceux qui achètent le homard vivant — savent à l'avance quelle quantité de homards ils obtiendront un jour ou une semaine donnée. Leurs clients passent des commandes à un prix fixe. L'expéditeur peut répondre qu'il essaiera de leur donner satisfaction mais rien n'est sûr. Autrement dit, de par sa nature, le secteur n'est pas propice à l'établissement de rapports à long terme avec les clients en aval.

Le sénateur Raine : A-t-on songé à établir un prix de base et à partager avec le pêcheur l'excédent éventuel sur le prix à l'exportation?

M. Gardner : Vous avez sans doute lu le rapport qui propose ce genre de mécanisme. C'est une excellente suggestion. Certains expéditeurs en font l'expérience.

Le sénateur Raine : Si on procédait ainsi, il se tisseraient des rapports.

M. Gardner : Le défi est de garantir que le pêcheur, ou la personne qui vend le homard, accepte le prix. Le pêcheur se dira qu'il obtient le prix de base et dans la mesure où l'excédent sur le prix de vente est partagé honnêtement, il sera satisfait.

Le sénateur Raine : Si on établit ce genre de partenariat, tous devront travailler à la commercialisation du homard et à créer un homard canadien, supérieur au homard du Sud qui ne bénéficie pas de nos eaux fraîches et cristallines ou de tout autre avantage que nous avons. Si nous voulons que le prix à la consommation de

more money at the consumer level for our lobsters, we must create a demand for them.

Mr. Gardner: You are absolutely right. The diagnosis is spot on. That is one avenue that the industry wants to explore, or at least people in the industry want to explore it. However, there are so many moving parts and so much distrust that reaching a point where that objective you describe becomes a reality is a real challenge.

Senator Raine: Obviously when we had a very favourable exchange rate and the economy was not stressed, we could have an inefficient system and get away with it.

Mr. Gardner: Yes.

Senator Raine: Now that it is tough out there, it is a perfect time to fix it. I guess my caution would be if there is ever any thought of the government bailing out the lobster fishermen or any part of the chain, it would not be conducive to changing things.

Mr. Gardner: Again, you are absolutely right. Even though there is a crisis in the industry, and has been for the last couple of years, people know what they know and are reluctant to be too adventuresome in trying something different, surprising as that may seem. There is a great deal of inertia. As I said, some shippers are trying to develop those kinds of relationships, more of a partnership. I think that is the way to proceed.

The trouble with that is — and there is no trouble with that — if I, as a shipper, pay you a little bit more as part of our deal, I may attract some other boats. As soon as word of that gets around, everyone in the business is going to be forced to pay that same price. If you look around the region for the same size lobster — a pound and a half or whatever — virtually everyone is paying the same price. There is no incentive to do any better, to improve quality, because you will always find someone to buy that lobster, regardless of its quality, at that going shore price.

There are ways of establishing quality standards, where they will attract a different price. The Lobster Council of Canada is embarking on this path to try to develop those standards and have the industry accept them. Hopefully, they will be reflected in a difference in price because that is the only thing that will make a difference to improve the quality.

Senator Raine: You mentioned in the report about some pilot projects. Would this be a project where you put together the fisher and the seller or shipper together?

Mr. Gardner: Yes. The ideal shipper is one who has his or her own holding facilities, a good tank storage with 2 million or 3 million pounds of storage. Then you can take the lobster out of the water and hold it for two or three months in excellent conditions. However, if the lobster fisherman is holding on to it in his own gear, the water temperature is fluctuating and conditions

nos homards augmente, il faut créer une demande, n'est-ce pas?

M. Gardner : Vous avez tout à fait raison. Votre diagnostic est tout à fait juste. C'est une des choses que l'on veut explorer, ou du moins que certaines personnes veulent explorer. Toutefois, bien des éléments sont en cause et étant donné la méfiance qui règne, il y a un véritable défi à relever si l'on veut atteindre l'objectif que vous décrivez.

Le sénateur Raine : Évidemment, quand notre taux de change était favorable et que l'économie tournait rondement, nous pouvions nous permettre d'avoir un système inefficace, n'est-ce pas?

M. Gardner : Oui.

Le sénateur Raine : Maintenant que les choses se corsent, il est grand temps de prendre des mesures. Je ferai une mise en garde : si le gouvernement songe à tirer les pêcheurs de homard d'affaire ou à intervenir quelque part dans la chaîne, à mon avis, cela ne serait pas propice à un changement d'attitude.

M. Gardner : Vous avez entièrement raison. Même si le secteur est en crise depuis plusieurs années déjà, sachant ce qu'on sait, on a peur de se lancer en changeant sa façon de faire, aussi bizarrement que cela puisse paraître. En effet, il y a beaucoup d'inertie au sein du secteur. Comme je l'ai déjà précisé, il y a tout de même certains expéditeurs qui tentent de tisser le genre de rapports auxquels vous avez fait allusion, c'est-à-dire de véritables partenariats. C'est l'approche que je préconise.

Le problème, même si ce n'en est pas vraiment un, c'est que s'il y a un expéditeur qui accepte de payer le prix fort dans le cadre d'une entente contractuelle, les autres pêcheurs vont vouloir faire affaire avec lui. Les pêcheurs se passeront le mot et tous les intermédiaires seront alors obligés de payer le prix fort. Dans la région, un homard d'un poids X, par exemple une livre et demie, se vend au même prix, grosso modo. Rien n'incite les pêcheurs à améliorer la qualité du produit ou à se démarquer parce qu'ils trouvent acheteurs, peu importe la qualité du homard, au prix du marché.

Il est tout à fait envisageable d'établir des normes de qualité, ce qui ferait bouger les prix. D'ailleurs, le Conseil canadien pour le homard travaille à l'élaboration de telles normes dans le but de les faire accepter par le secteur. Espérons que cela se reflétera dans l'augmentation du prix de vente parce que c'est la seule façon d'améliorer la qualité du produit.

Le sénateur Raine : Dans le contexte du rapport, vous avez parlé de projets pilotes. S'agit-il de projets qui permettent de mettre en contact les pêcheurs et les vendeurs ou les expéditeurs?

M. Gardner : Oui. L'expéditeur idéal est propriétaire de ses propres installations d'entreposage, à savoir des parcs à homard d'une capacité de deux à trois millions de livres. Il est ainsi possible de conserver le homard pêché pendant deux à trois mois dans d'excellentes conditions. Par contre, quand les pêcheurs entreposent eux-mêmes les homards, les conditions ne sont pas idéales,

are poor. It is just not going to work. That is the way it works now, particularly in southwest Nova Scotia.

Senator Raine: If you have a situation like that, do they still have the split? I was quite surprised to see that. I think you said up to 75 per cent or 80 per cent of the U.S. wholesale price goes to the harvester.

Mr. Gardner: That is right.

Senator Raine: Out of the 20 per cent that goes to the wholesaler, do they have to pay for the cost of the storage?

Mr. Gardner: Yes, they pay for everything out of that. The buyer, who is a middle person, is getting 60 cents to 70 cents per pound for the purchases they make. Many people have a vested interest in holding on to what they have, so the competition is pretty fierce for the lobster when it comes ashore.

Senator Raine: If the price goes up \$1, everybody wins.

Mr. Gardner: Everybody wins, absolutely. The challenge is to make it evident to the industry to accept that everybody wins. However, looking at that chart, fishermen see in the narrow gap that when it goes up, it is great for us but when it goes down, we are the ones who wear it. The point is that the margin is about the same on the up and on the down, and the competitive conditions ensure that that is the case.

Senator Enverga: I see that your best model for lobster is sort of like the salmon farming model. Has any lobster farming been done before?

Mr. Gardner: No, it has defied any kind of husbandry at all.

The other thing is that supply is not the problem. It is abundant in its natural environment, so the challenge of trying to make an economic case for farming it would be very difficult, I think.

Senator Enverga: I would say that the price is a reflection of the peaks and valleys of supply and demand. Is that right?

Mr. Gardner: Yes.

Senator Enverga: If we ever had an even supply of lobster, would it affect the price? Would there still be peaks and valleys? Would it affect the whole market?

Mr. Gardner: We can see the price variation over the year in response to supply and demand. I have no doubt that if supply suddenly started to go down, you would see prices start to rise, for sure.

Senator Enverga: If the supply operates on a level field, would it make our industry better? Would it control the prices?

Mr. Gardner: Given the way the industry runs now with seasons spread around, you will not get that evenness throughout the year. However, good holding facilities can compensate for

notamment parce que la température de l'eau fluctue. Ça ne marche pas. Et c'est ainsi que les choses se font à l'heure actuelle, plus particulièrement dans le sud-ouest de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Raine : Dans un cas comme celui-là, le prix de gros est-il toujours partagé? J'en ai été surprise. Vous avez dit, je pense, que le pêcheur touchait de 75 à 80 p. 100 du prix de gros aux États-Unis.

M. Gardner : C'est exact.

Le sénateur Raine : Donc, le grossiste touche 20 p. 100. Doit-il également payer pour l'entreposage?

M. Gardner : Oui, ces 20 p. 100 doivent servir à payer l'entreposage. L'acheteur, c'est-à-dire l'intermédiaire, touche de 60 à 70 cents la livre. Il faut comprendre que c'est dans l'intérêt de bien des gens de conserver ce qu'ils ont. Ainsi, on s'arrache les homards déchargés au port.

Le sénateur Raine : Si les prix augmentent de 1 \$, tout le monde en profite.

M. Gardner : Tout le monde en profite, c'est exact. Mais ce n'est pas évident d'en convaincre le secteur. Par contre, comme l'illustre le graphique, les pêcheurs savent qu'une petite augmentation des prix c'est une excellente nouvelle pour nous, mais il faut comprendre que quand les prix chutent, c'est nous qui en pâtissons. En fait, les augmentations et les chutes de prix sont comparables; c'est la concurrence qui caractérise le secteur qui explique cet équilibre.

Le sénateur Enverga : En fait, le meilleur modèle pour le homard c'est l'élevage de saumon. Les homards d'élevage, cela existe-t-il?

M. Gardner : Non, ce n'est pas une espèce qui se prête à élevage.

Ce qu'il faut comprendre, c'est qu'il y a suffisamment de homards sauvages. En effet, on en trouve en abondance dans leur environnement naturel, donc il serait très difficile de démontrer que les homards d'élevage présenteraient un quelconque avantage économique.

Le sénateur Enverga : Le prix fluctue en fonction de l'offre et de la demande, n'est-ce pas?

M. Gardner : Oui.

Le sénateur Enverga : Si l'offre ne fluctuait pas du tout, le prix resterait-il stable? Y aurait-il toujours des fluctuations? La structure du marché changerait-elle?

M. Gardner : Quand on suit l'évolution du prix, on constate qu'il y a corrélation entre le prix et l'offre et la demande. Il est clair que si l'offre chutait soudainement, les prix augmenteraient.

Le sénateur Enverga : Si l'offre était stable, est-ce que ce serait bon pour le secteur? Est-ce que cela stabiliserait les prix?

M. Gardner : Étant donné qu'il y a des saisons de pêche, il est impossible d'assurer la stabilité de l'offre tout au long de l'année. Par contre, il est vrai qu'en ayant de bonnes installations

that. That is the mechanism for smoothing out the catch from the sharp peaks so that it is available to the market when and as the market wants it.

Senator Enverga: We need good holding facilities for each one of the harvesters.

Mr. Gardner: At the moment, although I do not know the exact number, there might be 12 million to 15 million pounds of holding capacity in southwest Nova Scotia. It is a huge holding capacity. The challenge is to get the lobster when it is in the trap out of the fisherman's hands and into those holding facilities. Lobster fishermen in that part of the region want to hold on to their lobsters to try to force the price up.

Senator Enverga: Would it be wise to have these holding facilities scattered throughout the Maritimes?

Mr. Gardner: It depends. In the Gulf of St. Lawrence, there is a large processing industry. They process mainly the smaller lobsters but increasingly the lobsters that could be sold on the live market. Water conditions and water temperatures in that part of the province are too warm, particularly at that time of year. It would be difficult to make it feasible to invest in holding facilities, in part because of the challenge and in part because of the product mix and that so much of it is processed as soon as it is landed. The issue is not quite the same as it is in the rest of the region.

Senator Enverga: Since the investment is so high for small harvesters, would it even out the industry if the government provided holding facilities?

Mr. Gardner: One of the problems with the industry is that over the years there has been too much government money. It has not been so much federal money, but the provinces are anxious to keep processing companies afloat. Prince Edward Island is a classic example. The provincial government there has lost tens of millions of dollars because of subsidies to its processing plants. The trouble is that when a processing plant goes bankrupt, someone else is there to buy it at 10 cents or 20 cents on the dollar. That simply forces up the price for everybody because that new company has more resources to work with. I am not convinced that investing government money is the wise thing to do.

Senator Enverga: Perhaps the government is putting money in the wrong place and should invest in storage facilities. Would that work?

Mr. Gardner: As I say, there is a lot of storage capability. It is not throughout the region, but it is in the region that needs it most. The trouble is getting the lobster into those good storage facilities. That is the challenge.

Senator Enverga: The challenge is to get storage facilities, right?

d'entreposage, il est possible de stabiliser les choses. C'est ce mécanisme qui permet d'éviter les fluctuations trop grandes et de répondre à la demande en temps voulu.

Le sénateur Enverga : Tous les pêcheurs auraient donc besoin d'avoir accès à de bonnes installations d'entreposage.

M. Gardner : À l'heure actuelle, je dirais qu'il est possible d'entreposer de 10 à 15 millions de livres de homards dans le sud-ouest de la Nouvelle-Écosse. C'est énorme. Ce qui est moins évident, c'est inciter les pêcheurs à transférer le plus rapidement possible les homards de leurs casiers aux installations d'entreposage. Les pêcheurs de la région ont plutôt tendance à garder le homard pour faire augmenter les prix.

Le sénateur Enverga : Serait-il bon que les installations d'entreposage soient réparties entre les diverses régions des Provinces maritimes?

M. Gardner : Ça dépend. Le secteur de la transformation est bien implanté dans le golfe du Saint-Laurent, par exemple. C'est dans cette région qu'on transforme les petits homards, mais de plus en plus, on y voit transiter les homards qui se vendent vivants. La température de l'eau est trop élevée dans cette partie de la province, surtout à ce moment-là de l'année. Il serait donc difficile d'y faire construire des installations d'entreposage, en raison de la température de l'eau, mais également parce que les homards sont transformés aussitôt arrivés. Les choses y sont donc quelque peu différentes que dans les autres régions.

Le sénateur Enverga : Les investissements que devraient faire les petits pêcheurs étant très élevés, est-ce que des installations d'entreposage financées par le gouvernement permettraient de véritablement donner la chance au coureur?

M. Gardner : Pendant longtemps, le gouvernement a injecté trop d'argent dans le secteur. Je ne parle pas vraiment du gouvernement fédéral mais plutôt des provinces qui veulent absolument assurer la survie des sociétés de transformation. L'Île-du-Prince-Édouard est un exemple classique. En effet, le gouvernement de cette province a perdu des dizaines de millions de dollars en raison des subventions accordées aux usines de transformation. Le problème, c'est que quand une de ces usines fait faillite, la société qui la rachète ne paye que 10 ou 20 p. 100 de la valeur réelle, ce qui se traduit par l'augmentation des coûts des autres parce que le repreneur a une marge de manoeuvre financière importante. Je ne suis pas convaincu du bien-fondé de l'injection de fonds gouvernementaux.

Le sénateur Enverga : Peut-être que le gouvernement dépense mal l'argent et devrait plutôt investir dans des installations d'entreposage. Est-ce que cela pourrait fonctionner?

M. Gardner : Comme je l'ai déjà dit, nous avons déjà assez de capacité d'entreposage. Cette capacité ne se retrouve pas partout dans la région, mais elle se trouve du moins là où l'on en a le plus besoin. Le problème, c'est de faire parvenir le homard à ces bonnes installations d'entreposage. C'est là où le bât blesse.

Le sénateur Enverga : Le défi se pose au niveau des installations d'entreposage, n'est-ce pas?

Mr. Gardner: Getting the lobster into the facilities is the challenge. We do not need more facilities.

Senator Enverga: If we had more storage facilities, would it be better?

Senator Raine: You have to get the lobster fisherman to put it in the storage. He wants to put it in his own fridge, or whatever.

Mr. Gardner: It introduces poor quality — let us put it that way — when fishermen hold on to their own catches. They have to get them into the hands of shippers who can put them into good storage facilities. That has been a huge problem in southwest Nova Scotia. In other parts of the region, it is a lesser issue in part because of the demand-supply balance. Still, the real challenge is to get that into the market in the best shape possible.

Senator Enverga: Thank you.

The Chair: I want to talk to you about one of the slides. There is always a concern in the fishing industry. I come from Newfoundland and Labrador. You touched on the trust factor several times tonight. There has always been mistrust between the harvester and the processor in all aspects of the industry. On consolidation, you mentioned the number of processors years ago and the number today with four on the West Coast and four in New Brunswick, for example. There is always a concern about consolidation from the harvesting point of view for the simple reason of driving down the price.

Your slide showed an increase in price, to a point, from 1992 to 2012, and then it kind of petered out. I realize that the exchange rate and other factors had issues with the price. Can you touch on the fact of consolidation and the fear out there among the harvesters that consolidation of the processing would drive the price down? That is not only for the lobster fishery but pretty well every fishery.

Mr. Gardner: At present, there are approximately 25 to 30 processing plants in the Atlantic region and Quebec. They operate completely independently. A small group in New Brunswick is affiliated with a marketing organization that has strong ties with the major buyers like Darden Restaurants, Inc. in the United States, which has the Red Lobster chain. There are always concerns and suspicions that if you get enough consolidation of power, that organization will try to influence the price and keep the price down.

There has been no evidence that “cartelization,” let us call it, has actually occurred. Certainly, there is no evidence that it has actually worked, if there has been any attempt to form a buying cartel. There are too many companies anxious to get hold of the raw material; and the same kind of price relationship that we have seen with live occurs on the process side as well.

M. Gardner : Le problème, c'est de faire parvenir le homard aux installations d'entreposage. Il ne nous faut pas davantage d'installations.

Le sénateur Enverga : Mais si nous avons davantage d'installations d'entreposage, cela ne faciliterait-il pas les choses?

Le sénateur Raine : Il faut convaincre les pêcheurs de homard d'entreposer leurs produits dans ces installations. Ils préféreraient plutôt les entreposer dans leur propre congélateur.

M. Gardner : Cela introduit du homard de piètre qualité — si j'ose dire — lorsque les pêcheurs conservent leurs prises. Il faut qu'ils les envoient à des expéditeurs qui peuvent les entreposer dans des installations dignes de ce nom. Ceci a été très problématique dans le Sud-Ouest de la Nouvelle-Écosse. Ailleurs dans la région, le problème ne se pose pas grâce à l'équilibre de l'offre et de la demande. Le vrai problème, c'est de faire parvenir le homard sur le marché dans le meilleur état possible.

Le sénateur Enverga : Merci.

Le président : Je souhaite vous parler d'une de ces diapos. Les pêcheurs s'inquiètent tout le temps. Je viens de Terre-Neuve-et-Labrador. Vous avez parlé de l'aspect confiance à plusieurs reprises ce soir. Il y a toujours eu un manque de confiance entre le pêcheur et les transformateurs à tous les niveaux de l'industrie. Par rapport à la consolidation, vous avez parlé du nombre de transformateurs il y a plusieurs années et du nombre de transformateurs aujourd'hui, à savoir, quatre transformateurs sur la côte Ouest et quatre au Nouveau-Brunswick. Les pêcheurs s'inquiètent toujours de la consolidation craignant que celle-ci n'exerce des pressions à la baisse sur les prix.

Votre diapo indique une augmentation de prix entre 1992 et 2012, puis un plafonnement. Je me rends compte que le taux de change et d'autres facteurs ont exercé des pressions sur le prix. Pourriez-vous nous parler de la consolidation et des craintes des pêcheurs que cette consolidation ne fasse baisser les prix? Et cette crainte s'applique dans tous les domaines, pas seulement celui du homard.

M. Gardner : Il existe actuellement 25 ou 30 transformateurs dans la région de l'Atlantique et au Québec. Ce sont des transformateurs autonomes. Il y a un petit groupe au Nouveau-Brunswick qui est affilié à une organisation de marketing qui a comme clients des gros acheteurs comme Darden Restaurants Inc. aux États-Unis et Red Lobster. L'on craint toujours que si l'on consolide, cette organisation essaiera de faire baisser les prix.

Il n'y a aucune indication qu'il y ait eu une cartellisation du marché. Si cartellisation il y a eu, celle-ci n'a pas réussi. Il y a tout simplement trop d'entreprises différentes qui veulent acheter la matière brute, et les mêmes phénomènes que l'on constate du côté du homard vivant s'appliquent également du côté du homard transformé.

Here it is important to understand the structure of the industry again, because just as it is with shrimp in Newfoundland, crab in Newfoundland and crab elsewhere in the region, so it is with lobster processing. The industry has enough capacity to process all the lobster that comes ashore in the busiest week of the season, and then the rest of the year it is relatively idle, whether it is at 90 per cent, 80 per cent, 50 per cent or shut down. The average utilization is well below the peak. If I am a company and I want to keep my plant going, want to hold on to my workers and so on, I will continue to bid up the price of lobster to make sure I get that supply. I will try to steal your boats and your boats, and so on, if I can. This occurs all the time.

This is partly a function of the way the seasons are, so there is a May-June, huge fishery in the gulf in May and June. That supplies those plants. There is another one in the fall, in September, but a lot of that lobster now comes from Maine to supply those plants so they get as much of the year as possible to operate.

However, it is a volume business, and everybody knows that if I have overheads to meet I will keep on buying more lobster in those off-peak times to make sure that I have as much coverage of my overheads as possible. That will keep the price up. It will make consolidation difficult. All these plants, as I said, are independent. Some work through a marketing company, but by and large the competition is so strong that those prices keep on getting bid up.

Senator Chaput: I found your presentation quite interesting, sir. I do not know much about lobster fishing. All I know is that I love eating lobster; that is for sure.

You have said that lessons learned from salmon cannot really apply to lobsters. By what you have told us tonight, I think I can say that lobster fishing at the present time has always been done this way. It is kind of a historical way of life. It is even a tradition, right?

Mr. Gardner: Yes.

Senator Chaput: We are dealing with that. Lobster fishing is also a critical component of our economy. We have quality lobster in Canada if it is well done, right?

Mr. Gardner: Yes.

Senator Chaput: This slide here says “focus on what we can influence.” Who is the “we”?

Mr. Gardner: We the industry.

Senator Chaput: The industry?

Mr. Gardner: The industry collectively, yes.

Senator Chaput: Is the biggest challenge the industry faces getting the harvesters to look at and accept a different way of fishing? Different means? Different ways? What is the biggest challenge that faces the industry?

Là encore, il faut se souvenir de la structure de l'industrie, car il se passe dans le homard les mêmes choses que l'on voit dans la crevette à Terre-Neuve, le crabe à Terre-Neuve ou le crabe ailleurs, c'est-à-dire que le secteur a assez de capacité pour traiter tout le homard qui est attrapé pendant la semaine la plus occupée de la saison, mais ensuite, le reste de l'année, ces installations sont à peu près vides, fermées à 90, 80, ou 50 p. 100. Donc, l'utilisation moyenne de ces installations est bien inférieure à ce qu'elles peuvent traiter. Si j'étais une entreprise qui voulait garder les portes ouvertes, conserver mes employés, je ne cesserais d'augmenter le prix du homard afin de m'assurer d'en être approvisionnée. Ensuite, j'essaierais de voler les bateaux de mes concurrents, si possible. Ceci d'ailleurs se passe tout le temps.

Ce phénomène est fonction de la structuration des saisons. Aux mois de mai et de juin, la pêche bat son plein dans le golfe et alimente ces installations. Ensuite, il y a une autre saison de pêche, en septembre, mais ce homard-là vient du Maine et donc c'est le Maine qui alimente les installations, qui peuvent rester ouvertes un peu plus longtemps.

Toutefois, il reste que ce secteur est fondé sur les volumes, et dès lors qu'on a des frais fixes, il faut continuer à acheter du homard pendant la saison morte afin de couvrir ces frais fixes, ce qui a pour effet de faire augmenter les prix et de rendre la consolidation difficile. Comme je le disais, toutes ces installations sont autonomes. Certaines d'entre elles passent par une entreprise de commercialisation, mais dans l'essentiel, la concurrence est si féroce que les prix ne cessent d'augmenter.

Le sénateur Chaput : J'ai trouvé votre exposé des plus intéressants. Je n'en sais pas long au sujet de la pêche au homard. Tout ce que je sais, c'est que j'adore le homard.

Vous avez dit que les leçons tirées de la pêche au saumon ne s'appliquent pas à celle au homard. D'après ce que vous nous avez dit ce soir, la pêche au homard n'a guère évolué au fil du temps. Il s'agit en fait d'un mode de vie historique, voire, d'une tradition, n'est-ce pas?

M. Gardner : Oui.

Le sénateur Chaput : C'est ce qui nous intéresse. La pêche au homard est un aspect important de notre économie. Nous pouvons avoir du homard de qualité au Canada s'il est pêché correctement, n'est-ce pas?

M. Gardner : Oui.

Le sénateur Chaput : La diapo ici dit : accent sur ce que nous pouvons influencer. C'est qui, le nous?

M. Gardner : Nous, c'est l'industrie.

Le sénateur Chaput : L'industrie?

M. Gardner : Oui, l'ensemble des intervenants.

Le sénateur Chaput : Le plus gros défi serait-il d'amener les pêcheurs à accepter une nouvelle façon de pêcher? Une nouvelle façon de faire? De nouvelles méthodes? Sinon, quel est le plus gros défi qu'affronte l'industrie?

Mr. Gardner: I think the biggest challenge is getting the two major parts of the industry, let us call them the harvesters and the shippers or the processors, to work in a way that is more coordinated. Right now, there is internal competition. Even though there is a principle out there that you never want to kill the cow you are trying to milk, often the industry acts as though it is trying to do precisely that. You are trying to extract the last penny from the other side. When it withholds product from the market, it does not allow people to get into the kinds of longer-term arrangements that they could or they might be able to, and then it is self-defeating. The kind of competition that occurs is self-defeating. It reduces the value of the product.

Senator Chaput: Is that understood by them?

Mr. Gardner: I think grudgingly people understand it, but how to change those ingrained habits, the culture, the mistrust, is one of the intractable problems at the moment in the industry.

Senator Chaput: Would one of the solutions be to impose things on them, like a supply and demand, or whatever, an imposition of quotas?

Mr. Gardner: You mean like a supply management?

Senator Chaput: Yes.

Mr. Gardner: There are quotas in a number of products that we produce in Canada. They have implications, but the fishing industry has had quotas. I think lobster may be one of the last species that does not fish according to quota. Whether that is a global quota or whether it is individual quotas or individual tradeable quotas, there are different ways of doing this, but it is one of the last fisheries that are run in a competitive fashion like that.

Senator Chaput: I guess the industry has been holding discussions with the harvesters?

Mr. Gardner: It does, and the harvesters have discussions on their own. I think, to their credit, the management board in Area 34, the big fishing area — I have had discussions with them as well — is saying, look, what if we do this, what if we do this, what if we try that, but there has to be a vote and there has to be an agreement amongst the members that they are going to try something different. There has been an initiative at least to try cutting back on the number of traps, adjusting the timing of the season, and so on, in an attempt to extract that value, but so far those things have been overruled. In some other areas, the fishermen have agreed to cut back on this or to try that, increase the carapace size, or whatever, and it is working.

Senator Chaput: Thank you.

Senator Raine: It is a very complicated system, obviously, and there has been a lot of independence on both sides. I can understand how a lobster fisherman or harvester goes out and he just wants to get to a certain amount of money, whether he has to bring twice as many lobsters or half as many. He needs to pay his mortgage and his boat and whatever.

M. Gardner : Je pense que le plus gros défi, c'est d'amener les deux grands joueurs de l'industrie, à savoir les pêcheurs et les expéditeurs ou transformateurs, à collaborer de façon coordonnée. Actuellement, il y a une grande concurrence interne. Nous connaissons tous le principe de ne pas tuer la poule aux oeufs d'or, pourtant, c'est exactement ce qu'est en train de faire l'industrie. Chaque partie essaie d'extraire un maximum d'argent de l'autre. Lorsqu'on refuse du produit au marché, on interdit au marché d'entrer dans des accords à long terme qu'il pourrait alors être possible de nouer, ce qui est du sabotage. Ce genre de concurrence est très nuisible, car elle réduit la valeur du produit.

Le sénateur Chaput : Est-ce qu'ils comprennent le phénomène?

M. Gardner : Je pense qu'ils le comprennent, mais ils ne savent pas comment modifier leurs habitudes, culture, manque de confiance, bref c'est un de ces problèmes insolubles qui touchent l'industrie pour le moment.

Le sénateur Chaput : Une solution pourrait-elle être de leur imposer des mesures, par exemple l'offre et la demande, ou des quotas?

M. Gardner : Vous voulez parler de gestion de l'offre?

Le sénateur Chaput : Oui.

M. Gardner : Il y a des quotas sur un grand nombre de produits au Canada. Même le secteur de la pêche a eu des quotas. Je pense que la pêche au homard est l'un des derniers secteurs où il n'y a pas de quotas. Qu'il s'agisse de contingents globaux ou individuels et échangeables, enfin il y a différentes façons d'imposer ce genre de quotas, quoi qu'il en soit, la pêche au homard est parmi les dernières à se faire de façon concurrentielle.

Le sénateur Chaput : J'imagine que l'industrie s'est entretenue avec les pêcheurs?

M. Gardner : Oui, ils se sont entretenus avec eux, et les pêcheurs ont eu des discussions de leur côté. Il faut savoir que le conseil de gestion de la zone 34, c'est-à-dire la plus importante zone de pêche, a essayé maintes choses. J'ai d'ailleurs eu des discussions avec eux également. Ils ont proposé toutes sortes de nouveautés, mais encore faut-il qu'elles soient approuvées par un vote, et qu'il faut que les membres de la zone s'entendent à essayer quelque chose de nouveau. Ils ont essayé, par exemple, de réduire le nombre de pièges, d'ajuster la période de pêche, tout ceci afin d'optimiser la valeur de la pêche, mais jusqu'ici, toutes ces propositions ont été rejetées. Dans certaines régions, les pêcheurs ont consenti à pêcher un peu moins ou à augmenter la taille de la carapace, et ce genre de mesure a bien fonctionné.

Le sénateur Chaput : Merci.

Le sénateur Raine : C'est un système très complexe, et il y a beaucoup d'autonomie des deux côtés. Mais je comprends comment un pêcheur souhaite tout simplement aller pêcher une certaine quantité afin d'obtenir un certain montant d'argent, qu'il s'agisse de pêcher deux fois plus ou deux fois moins. Quoi qu'il en soit, il doit payer son hypothèque, son bateau, et cetera.

Mr. Gardner: Yes.

Senator Raine: On the shipping side of things, there must be some economies of scale where if they did not have sort of a glut, and if they could even that out somehow, it would work better for them. Is there not some way they could work on that basis so that the two partners can get together? Who sets the timetable of the season?

Mr. Gardner: That is done by Department of Fisheries. Those seasons have not changed in decades.

Senator Raine: Why are they the way they are? Is it part of the life cycle of the lobster?

Mr. Gardner: Part of that is an important factor. You want to avoid harvesting in the period when they are just moulting or during mating, but it is mainly the post-moult period that you want to avoid because they are soft shelled and the quality is poor.

Senator Raine: You have to have it pre-moult or later?

Mr. Gardner: As soon as you start to head into that moulting period the quality begins to deteriorate. July in the Gulf of St. Lawrence is not the time to have a lobster fishery. There are still areas in Cape Breton where July is okay, but August is not. All the other seasons are closed at the end of May around Nova Scotia. It is really May, June and a bit in the fall in one area in the Gulf of St. Lawrence, and then in the Bay of Fundy it is mainly a fall fishery, broken into two periods. We try to avoid the bad times from a quality standpoint.

Senator Raine: The actual season is set by the geographic location and the quality of the product?

Mr. Gardner: That is right. It is the life cycle of the animal, but also it complements the U.S. The U.S. fishes at exactly the worst time from a quality standpoint because they fish in that July-August period, but that is because the industry was based largely on the demand from tourism. People have grown accustomed to so-called shedders, these soft-shell lobsters, so that is when they fish. The trouble is that the catches have grown so high that that market cannot nearly take all the supply, which is why Canadian processors have benefited. The surplus is exported.

Senator Raine: We have a lot more processors in Canada than they do in the U.S. Are ours smaller? I see we have 25 to 30 and they have 4 to 5.

Mr. Gardner: That is right, and they are relatively small in the U.S.

Senator Raine: Do they like to ship their lobster up to us to process?

Mr. Gardner: There used to be a large canning industry in the U.S., as there was in Atlantic Canada, but once refrigeration came along and fresh markets developed, that industry

M. Gardner : Oui.

Le sénateur Raine : Du côté expédition, il doit y avoir des économies d'échelle où si l'on évite un surcroît de homard et on réduit les variations, les résultats seraient meilleurs pour eux. N'y a-t-il pas moyen d'essayer d'atteindre tel système en partenariat entre les deux partenaires? Qui décide de la période de pêche?

M. Gardner : C'est le ministère des Pêches. Ces saisons de pêche n'ont pas changé depuis des décennies.

Le sénateur Raine : Pourquoi les saisons sont-elles établies comme elles le sont? S'agit-il du cycle de vie du homard?

M. Gardner : Essentiellement, oui. Il faut éviter de pêcher les homards pendant leur période de mue ou d'accouplement, mais surtout juste après la période de mue car leurs carapaces sont très molles et donc de piètre qualité.

Le sénateur Raine : Il faut les pêcher avant la mue, ou sinon, après?

M. Gardner : Effectivement. Dès que l'on entre dans la période de mue, la qualité se détériore. Dans le golfe du Saint-Laurent, on ne fait rien pendant le mois de juillet. Il y a quelques régions au cap Breton où l'on peut encore pêcher en juillet, mais pas en août. La pêche cesse à la fin de mai tout autour de la Nouvelle-Écosse. Donc, il reste essentiellement les mois de mai, de juin, et quelques semaines à l'automne dans une région seulement du golfe du Saint-Laurent, ensuite, pour la pêche de l'automne, c'est dans la baie de Fundy, mais dans deux périodes distinctes. On essaye donc d'éviter de pêcher pendant cette période, dans l'intérêt de la qualité.

Le sénateur Raine : Donc, la saison de pêche est tributaire de l'emplacement géographique et de la qualité du produit?

M. Gardner : C'est cela. Notre pêche tient compte du cycle de vie de l'animal, mais également de la saison de pêche américaine. Nous essayons de compléter leur saison. Les États-Unis pêchent le homard au pire moment du point de vue qualité, c'est-à-dire aux mois de juillet et d'août, mais c'est parce que leur industrie est fondée essentiellement sur la demande du tourisme. Les touristes se sont habitués au homard à carapace molle, donc, c'est à ce moment-là qu'ils pêchent. Leur problème, c'est qu'ils attrapent tellement de homards qu'il y a bien plus d'offres que de demandes, donc ils exportent au Canada, à la plus grande joie de nos transformateurs.

Le sénateur Raine : Nous avons beaucoup plus de transformateurs au Canada qu'ils en ont aux États-Unis. Est-ce que les nôtres sont plus petits? Je vois que nous en avons 25 à 30 et qu'ils en ont quatre à cinq.

M. Gardner : C'est exact, et ils sont relativement petits aux États-Unis.

Le sénateur Raine : Est-ce qu'ils aiment envoyer leur homard ici pour qu'on fasse la transformation?

M. Gardner : Auparavant, il y avait une grande industrie de la conserve aux États-Unis, comme au Canada atlantique, mais une fois que la réfrigération est arrivée et que les marchés frais se sont

disappeared. One of the difficulties now is that given the short season that occurs in New England, it would be difficult given the economic and let us call it the safety net, the social safety net that exists in the U.S., or you would be hard-pressed to run a business for two or maybe three months and still be able to get workers, and many of those small communities are really very, very small.

Our environment allows us to sustain an industry that in different circumstances with a more porous or a wider safety net we would be hard-pressed to get workers in those plants.

Senator Raine: Does our unemployment insurance play a role in that?

Mr. Gardner: Of course, sure.

Senator Raine: Is that a positive?

Mr. Gardner: Well, it keeps communities whole. There are so many sides to that question. Is there a Senate committee on employment insurance?

Senator Raine: I think our fishermen do tend to fish a lot more than just one species.

Mr. Gardner: Yes, but at this point it is difficult to find enough fisheries for all the fishermen who want to fish because the groundfish stocks have virtually disappeared on the East Coast.

Senator Raine: We know all about the seals.

Mr. Gardner: The seals are not the culprit as far as eating fish is concerned. They are certainly not the solution. That is a different story, but at best these days a fisherman would have maybe two licences that he can really fish, and so lobster and maybe herring, possibly lobster and crab, maybe some scallop if you are in a different area. There are not that many options; let us put it that way.

Senator Raine: Thank you.

The Chair: Thank you, Senator Raine.

It has been an interesting evening. There has been a fair amount of information presented here that we will certainly absorb over the next little while. We are planning a trip to Moncton at the end of next week to hear from people throughout Atlantic Canada and Quebec, and I am sure that some of the things you have laid before us today will bring forward some questions to the people that we will have as witnesses there. You have raised a variety of concerns. There are great opportunities here, but there are many challenges also.

Mr. Gardner: Yes.

The Chair: Certainly we thank you very much for your presentation and answers to the many questions that were asked here this evening.

développés, cette industrie est disparue. Un des défis maintenant est que étant donné la courte saison en Nouvelle-Angleterre, ce serait difficile avec l'économie et appelons-le le filet de sécurité, le filet de sécurité sociale qui existe aux États-Unis, où vous auriez du mal à faire fonctionner une entreprise pendant deux ou peut-être trois mois et quand même avoir des travailleurs, et beaucoup de ces petites communautés sont vraiment très, très petites.

Notre environnement nous permet de soutenir une industrie qui, dans des circonstances différentes, avec un filet de sécurité plus poreux ou large, aurait de la difficulté à avoir des travailleurs dans ces usines.

Le sénateur Raine : Est-ce que notre assurance-emploi joue un rôle dans cela?

M. Gardner : Bien sûr, certainement.

Le sénateur Raine : Est-ce que c'est positif?

M. Gardner : Eh bien, ça permet aux communautés de rester ensemble. Il y a tellement d'experts de cette question. Est-ce qu'il y a un comité sénatorial sur l'assurance-emploi?

Le sénateur Raine : Je pense que nos pêcheurs ont tendance à pêcher beaucoup plus que juste une espèce.

M. Gardner : Oui, mais à présent il est difficile de trouver assez de pêcheries pour tous les pêcheurs qui veulent pêcher parce que les stocks de poissons de fond sont pratiquement disparus de la côte Est.

Le sénateur Raine : Nous connaissons bien la question des phoques.

M. Gardner : Ce n'est pas la faute des phoques en ce qui concerne le poisson. Ils ne sont certainement pas la solution. C'est une autre histoire, mais au mieux ces jours-ci un pêcheur aurait peut-être deux permis et donc il peut pêcher le homard et peut-être le hareng, possiblement le homard et le crabe, peut-être du pétoncle si vous êtes dans une région différente. Disons qu'il n'y a pas beaucoup d'options.

Le sénateur Raine : Merci.

Le président : Merci, sénateur Raine.

La soirée a été intéressante. Une bonne quantité d'information a été présentée ici que nous allons certainement absorber au cours des prochains jours. Nous planifions un voyage à Moncton à la fin de la semaine prochaine afin d'entendre des gens partout au Canada atlantique et au Québec, et je suis certain que certaines des choses que vous nous avez présentées aujourd'hui mèneront à des questions pour les gens que nous aurons comme témoins là-bas. Vous avez soulevé diverses préoccupations. Il y a de grandes occasions ici, mais aussi beaucoup de défis.

M. Gardner : Oui.

Le président : Nous vous remercions certainement beaucoup de votre présentation et des réponses aux nombreuses questions qui ont été posées ici ce soir.

As always, we reserve the right to seek information from you again if we need it to go forward with our study.

Mr. Gardner: Certainly.

The Chair: The information you have brought forward has been a great tool here this evening, so thank you for making your presentation.

Mr. Gardner: It was a pleasure, thank you.

The Chair: Honourable senators, next week we will be hearing from the representatives of the Atlantic Canada Opportunities Agency. Representatives of ACOA will provide information on other federal initiatives related to the sustainability of the lobster fishery, so I look forward to seeing you all again. Thank you very much. The meeting is adjourned.

(The committee adjourned.)

OTTAWA, Tuesday, November 27, 2012

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met this day at 5:10 p.m. to study the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec.

Senator Fabian Manning (*Chair*) in the chair.

[*English*]

The Chair: I am pleased to welcome you all to this meeting of the Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans.

My name is Fabian Manning, and I am a senator for Newfoundland and Labrador and the chair of this committee. Before I ask our witnesses to bring forward their opening remarks, I would like to invite the members of the committee to introduce themselves.

Senator Unger: I am Betty Unger from Edmonton, Alberta. I am looking forward to hearing your comments.

[*Translation*]

Senator Poirier: Good evening; my name is Rose-May Poirier. I am a senator from Saint-Louis-de-Kent New Brunswick.

[*English*]

Senator McInnis: Senator Tom McInnis from Nova Scotia, on the eastern shore.

Senator Raine: Senator Nancy Greene Raine from British Columbia.

Senator Oliver: Senator Don Oliver from the south shore of Nova Scotia.

Senator Watt: Senator Charlie Watt from Nunavik.

Senator Hubley: Elizabeth Hubley, Prince Edward Island.

Senator Harb: Mac Harb from Ontario.

Comme toujours, nous nous réservons le droit de vous demander d'autres informations si nous en avons besoin pour poursuivre notre étude.

M. Gardner : Certainement.

Le président : L'information que vous avez présentée a été un grand outil ici ce soir, donc merci d'avoir fait votre présentation.

M. Gardner : Cela a été un plaisir, merci.

Le président : Honorables sénateurs, la semaine prochaine nous allons entendre des représentants de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique. Des représentants de l'APECA fourniront de l'information sur d'autres initiatives fédérales reliées à la durabilité de la pêche au homard, donc j'ai hâte de vous revoir. Merci beaucoup.

(La séance est levée.)

OTTAWA, le mardi 27 novembre 2012

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 17 h 10, pour poursuivre son étude de la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec.

Le sénateur Fabian Manning (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

Le président : Je suis heureux de vous accueillir tous à cette réunion du Comité sénatorial permanent des pêches et des océans.

Je m'appelle Fabian Manning et je suis un sénateur de Terre-Neuve-et-Labrador et le président du comité. Avant d'inviter les témoins à faire leur déclaration préliminaire, j'aimerais demander aux membres du comité de se présenter.

Le sénateur Unger : Je suis Betty Unger, d'Edmonton en Alberta. J'ai hâte d'entendre votre intervention.

[*Français*]

Le sénateur Poirier : Bonjour, je m'appelle Rose-May Poirier, sénateur de Saint-Louis-de-Kent, Nouveau-Brunswick.

[*Traduction*]

Le sénateur McInnis : Sénateur Tom McInnis, de la Nouvelle-Écosse, sur la côte Est.

Le sénateur Raine : Sénateur Nancy Green Raine, de la Colombie-Britannique.

Le sénateur Oliver : Sénateur Don Oliver, de la côte sud de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Watt : Sénateur Charlie Watt, du Nunavik.

Le sénateur Hubley : Sénateur Elizabeth Hubley, de l'Île-du-Prince-Édouard.

Le sénateur Harb : Sénateur Mac Harb, de l'Ontario.

Senator MacDonald: Senator Michael MacDonald from Nova Scotia.

The Chair: Thank you, senators.

Our committee is continuing its study of the lobster fishery in Atlantic Canada and Quebec. We are pleased to hear today from officials of the Atlantic Canada Opportunities Agency on a recent federal government issue related to the lobster fishery and any other issues that our committee would like to raise with the witnesses.

On behalf of the members of the committee, I thank you for your presence here today. I ask you to introduce yourselves, and I understand that you have opening remarks and a PowerPoint presentation to make. The floor is yours.

Daryell Nowlan, Acting Senior Vice-President, Atlantic Canada Opportunities Agency: Good evening, senators. Thank you very much for the invitation. It is a pleasure to be here. My name is Daryell Nowlan. I am the Senior Vice-President of the Atlantic Canada Opportunities Agency based in Moncton.

[Translation]

Wade AuCoin, Director General, Community Development, Atlantic Canada Opportunities Agency: Good evening, and thank you for this opportunity to tell you about what we have accomplished in the lobster industry. My name is Wade AuCoin and I am Director General of Community Development at ACOA head office.

[English]

The Chair: Thank you very much.

Mr. Nowlan: Again, thank you for inviting us here today. I thought I would start with opening remarks to give a bit context in terms of work that we have done in Atlantic Canada. I will then turn it over to Mr. AuCoin to give a bit more of the details of the initiatives around the Community Adjustment Fund specific to the lobster fishery.

For those of you who are not familiar with what we do at ACOA, it is an economic development agency to support the vitality and growth of our businesses and communities. We do that through three main business lines. The first is enterprise development, which is really about working with small- and medium-sized businesses, focusing on productivity and growth, innovation and commercialization and international business or exports. Our second main business line is community development, which is Mr. AuCoin's area of primary responsibility, working with communities and local not-for-profit organizations to create an environment where businesses and communities can grow.

Le sénateur MacDonald : Sénateur Michael MacDonald, de la Nouvelle-Écosse.

Le président : Merci, mesdames et messieurs les sénateurs.

Le comité poursuit son étude de la pêche au homard au Canada atlantique et au Québec. Nous avons le plaisir d'entendre aujourd'hui des hauts fonctionnaires de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique s'exprimer sur une question soulevée récemment par le gouvernement fédéral portant sur la pêche du homard et sur toute autre question que les membres du comité souhaiteraient poser aux invités.

Au nom des membres du comité, je vous remercie d'être ici aujourd'hui. Je vous demande de vous présenter et je crois comprendre que vous allez faire une déclaration préliminaire et que vous avez aussi une présentation PowerPoint. La parole est à vous.

Daryell Nowlan, vice-président principal intérimaire, Agence de promotion économique du Canada atlantique : Bonsoir, mesdames et messieurs. Merci beaucoup de votre invitation. C'est un plaisir d'être ici. Je m'appelle Daryell Nowlan. Je suis vice-président principal de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique dont le siège est à Moncton.

[Français]

Wade AuCoin, directeur général, Développement des collectivités, Agence de promotion économique du Canada atlantique : Bonjour, et merci de l'occasion que vous nous donnez de vous parler de ce que nous avons accompli avec l'industrie du homard. Je m'appelle Wade AuCoin et je suis directeur général du Développement des collectivités au siège social de l'APECA.

[Traduction]

Le président : Merci beaucoup.

M. Nowlan : Je vous remercie encore une fois de nous avoir invités aujourd'hui. Je crois que je commencerai par une déclaration préliminaire pour contextualiser un peu le travail que nous avons fait au Canada atlantique. Je passerai ensuite le relais à M. AuCoin qui vous fournira un peu plus de détails sur les initiatives mises sur pied dans le cadre du Fonds d'adaptation des collectivités pour venir en aide à l'industrie du homard.

Pour ceux d'entre vous qui ne savent pas ce que nous faisons, l'APECA est une agence de développement économique dont le mandat est d'appuyer la vitalité et la croissance économiques des entreprises et des collectivités du Canada atlantique. Notre mandat est axé sur trois grands secteurs d'activité. Le premier est le développement des entreprises. Nous travaillons avec les petites et moyennes entreprises en mettant l'accent sur la productivité, la croissance, l'innovation, la commercialisation, le commerce international ou les exportations. Le deuxième secteur d'activité est le développement des collectivités, qui est la principale responsabilité de M. AuCoin. Nous travaillons avec

Finally, the last line of business that we have is policy, advocacy and coordination. It is unique in terms of a function that a regional agency brings to the table in that we do economic analysis, but we also perform an advocacy role, ensuring that the perspective, thoughts and issues of Atlantic Canada are brought to the federal decision-making table, and a coordination role for federal departments in the region, particularly as it relates to economic development.

Really, we are about the economic growth of the region, through the development of small- and medium-size businesses. That is really our ultimate goal. In that vein, we recognize that the fisheries sector is a key pillar of the Atlantic economy. It is particularly the lobster fishery. Growing up in Prince Edward Island, every day I saw the importance of the lobster fishery to our local economy, as the senators from Atlantic Canada can attest.

As you heard from other witnesses, there are 10,000 lobster licences around Atlantic Canada, which employ approximately 30,000 people. We know that in 2011 the lobster landings were about \$460 million, with exports totalling over \$940 million. That is significant. Like most of the economy, however, it saw a bit of a downturn around 2008, like most sectors affected by the downturn in the United States. It spilled over into Canada and the world. We started to see falling lobster prices, and it was really starting to affect the outcomes in terms of the fishery.

In 2009, as part of the economic action plan, the Government of Canada announced a \$10 million initiative to improve marketing, drive innovation and develop new products and technologies for the Eastern Canadian lobster fishery through what is called the Community Adjustment Fund. You will hear us refer to that as the CAF. It was specifically designed to help communities hardest hit by the economic downturn, primarily rural and remote communities.

For ACOA that meant that this \$10 million fund for the Eastern Canadian lobster fishery was an \$8 million fund for Atlantic Canada and \$2 million for Quebec, delivered by Canada Economic Development for Quebec Regions. That is the sister the agency to ACOA, responsible for Quebec. We worked closely with the Department of Fisheries and Oceans, other federal departments and local stakeholders, including the fishers themselves, to design what this program would look like.

The goal of that was to make the most of the potential that existed in the lobster industry and help them recover from the downturn. We partner with folks like the Lobster Council of

les collectivités et les organisations locales à but non lucratif pour créer un environnement favorable à l'expansion des entreprises et des collectivités.

Finalement, le dernier secteur d'activité couvre les politiques, la défense des intérêts et la coordination. Il est unique en ce sens qu'une agence régionale fait des analyses économiques, mais nous défendons aussi les intérêts de la région pour veiller à ce que les points de vue, les réflexions et les enjeux du Canada atlantique soient pris en compte dans le processus décisionnel du gouvernement fédéral. Nous jouons aussi un rôle de coordination pour les ministères fédéraux dans la région, surtout en ce qui touche le développement économique.

Notre objectif est vraiment le développement économique de la région, notamment par le développement des petites et moyennes entreprises. C'est vraiment notre objectif ultime. Ainsi, nous reconnaissons la place essentielle de la pêche dans l'économie de l'Atlantique et plus précisément la pêche au homard. Ayant grandi à l'Île-du-Prince-Édouard, j'ai pu mesurer l'importance de la pêche au homard pour l'économie locale; les sénateurs du Canada atlantique peuvent confirmer cette importance.

Comme d'autres témoins vous l'ont dit, le Canada atlantique compte 10 000 entreprises de pêche au homard titulaires de permis et qui emploient près de 30 000 personnes. En 2011, les débarquements commerciaux de homard ont été évalués à environ 460 millions de dollars et les exportations ont totalisé plus de 940 millions de dollars. C'est énorme. Toutefois, en 2008, les pêches ont été touchées par le ralentissement économique aux États-Unis comme la plupart des autres secteurs de l'économie. Un ralentissement qui s'est étendu au Canada et dans le monde. La chute du prix du homard a vraiment commencé à avoir une incidence négative sur le secteur de la pêche.

En 2009, dans le cadre du Plan d'action économique, le gouvernement du Canada a annoncé une initiative de 10 millions de dollars visant à améliorer la commercialisation, à favoriser l'innovation et à mettre au point de nouveaux produits et de nouvelles technologies pour l'industrie du homard de l'est du Canada, dans le cadre d'un programme appelé le Fonds d'adaptation des collectivités, que nous appellerons le FAC. Ce fonds visait précisément les collectivités les plus durement touchées par le ralentissement économique, en particulier les collectivités rurales et isolées.

Pour l'APECA, cela voulait dire que des 10 millions de dollars destinés à l'industrie du homard de l'est du Canada, huit étaient pour le Canada atlantique et deux pour le Québec. Ces 2 millions de dollars ont été versés par l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec qui est l'agence responsable du Québec et l'homologue de l'APECA. Nous avons collaboré étroitement avec le ministère des Pêches et des Océans, d'autres ministères fédéraux et des acteurs locaux, notamment les pêcheurs, à l'élaboration de ce programme.

Cette mesure visait à maximiser le potentiel de l'industrie du homard pour l'aider à se remettre de la crise. Nous avons aussi collaboré avec des organismes tels que le Conseil canadien du

Canada, who you have already heard from, provincial governments and our network of regional offices that exist throughout Atlantic Canada.

In terms of developing projects, which Mr. AuCoin will talk about in a moment, we worked very closely with the Department of Fisheries and Oceans to ensure that when something came forward to us, it respected the guidelines and strategies developed by DFO for the lobster fishery to ensure that we were doing consistent things with overall objectives for the lobster fishery. Once they were okay with it from a strategic perspective, we would move those projects along to our minister for approval and implementation in Atlantic Canada. Mr. AuCoin will give more information on the specifics of the CAF lobster initiative.

Before we get into that, I would like to say that the work we do with the lobster fishery actually goes well beyond this specific initiative. Again, given the importance of lobster fishery in Atlantic Canada — and of the fishery in general — it has been something that we have worked on through all of ACOA's existence since the late 1980s. We have provided funding through various programs, and we will highlight that a bit today.

As the economy has adjusted, all of our programs have had to be nimble and to adapt to the kinds of changes we saw with the downturn in the recession of early 2008-09. From our point of view, the long-term sustainability and success of the lobster fishery is focused on productivity improvement, product development and R & D and innovation, while helping the industry adapt to the new reality that I know you have heard about from a lot of folks.

One of our main focuses is on international business developments and helping to find new markets for our lobsters in other places. As Mr. AuCoin will tell you, a lot of work has happened in China. Exports of Atlantic Canadian lobsters to China have increased exponentially. It has gone from something like \$4 million a few years ago to close to \$25 million in exports. Not that we can take all of the credit for that at ACOA, but we like to think that we have played a significant role in helping to open up those markets and in introducing our industry to some of those markets.

Through the support of all of our programs, including the recent CAF Lobster Initiative, we think that we have been a solid partner with the lobster fishery, a partnership that will continue. We are hoping that we will continue to see the kind of growth and changes that we have seen in the last couple of years as a result of our interventions and of a mind shift and a changed engagement from the lobster fishers themselves, which I am sure you have heard about from other witnesses.

homard, dont des représentants ont comparu au comité, des gouvernements provinciaux et avec nos bureaux régionaux situés aux quatre coins du Canada atlantique.

En ce qui a trait à l'élaboration des projets, M. AuCoin en parlera dans un instant, nous avons collaboré étroitement avec le ministère des Pêches et des Océans afin de nous assurer que les projets qui nous sont présentés soient conformes aux lignes directrices et aux stratégies établies par le MPO pour le secteur de la pêche au homard, et afin de veiller à ce que nos efforts visent toujours les objectifs globaux de l'industrie du homard. Lorsque le projet présenté était jugé satisfaisant sur le plan stratégique, nous en recommandions l'approbation au ministre en vue de sa réalisation au Canada atlantique. M. AuCoin fournira de plus amples détails sur l'initiative pour l'industrie du homard du Fonds d'adaptation des collectivités.

Avant d'en arriver là, je voudrais dire que le travail que nous faisons avec l'industrie du homard va bien au-delà de cette initiative. Je le répète, depuis sa création à la fin des années 1980, l'APECA a continuellement axé ses efforts dans le domaine de la pêche au homard compte tenu de l'importance de cette pêche au Canada atlantique et dans l'ensemble de l'industrie de la pêche. Nous avons financé divers programmes et nous en parlerons un peu aujourd'hui.

Tous nos programmes sont adaptés en fonction des changements économiques comme ceux qui ont accompagné la récession début 2008-2009. Nous croyons que la viabilité et la réussite à long terme de la pêche au homard reposent sur la productivité accrue, le développement de produits, la R-D et l'innovation, ainsi que sur le soutien accordé au secteur pour qu'il s'adapte à la nouvelle réalité; une nouvelle réalité dont, je le sais, beaucoup de personnes vous ont parlé.

Le développement du commerce international et la recherche de nouveaux marchés de commercialisation de nos homards constituent l'un de nos principaux secteurs d'activité. Comme vous le dira M. AuCoin, beaucoup d'efforts ont été entrepris en Chine. Les exportations de homards du Canada atlantique vers la Chine ont augmenté exponentiellement. Elles sont passées de quelque 4 millions de dollars il y a quelques années à près de 25 millions de dollars. Non pas que l'APECA s'en attribue tout le mérite, mais nous aimerions croire que notre contribution à l'ouverture de ces marchés et à la pénétration de notre industrie dans un certain nombre de ces marchés a été significative.

Nous estimons avoir été un partenaire de poids pour l'industrie du homard, et ce partenariat continuera d'exister grâce au soutien offert par tous nos programmes, notamment la récente initiative pour l'industrie du homard du Fonds d'adaptation des collectivités. Nous espérons pouvoir continuer à assister à la croissance et aux changements survenus ces deux dernières années et qui sont le fruit de nos interventions et d'un changement de mentalité et d'engagement de la part des pêcheurs de homard; je suis sûr que d'autres témoins vous en ont fait part.

With that in terms of context of where we are coming from at ACOA, I will turn it over to Mr. AuCoin to talk specifically about what we have done with the CAF Lobster Initiative.

Mr. AuCoin: My presentation will delve more deeply into the types of programs that we have generally for all industries, including the fisheries and more specifically leading to what we did under the Community Adjustment Fund Lobster Initiative.

I have been with ACOA for about 15 years. I had the opportunity to be involved in this initiative just about from when it got started. I must say, it was a real privilege for me to be part of this because we felt like we were making a difference for this industry. I too grew up in a small village in rural Cape Breton, the region of Cheticamp. Obviously, I realized the impact of the industry and saw some of the needs it was facing.

This presentation starts off with ACOA's main programs. Mr. Nowlan talked about the enterprise development area that we focus on. The key in that area is the Business Development Program, which provides support for activities such as business start-ups and expansion, and productivity improvements. For SMEs, we do repayable contributions for not-for-profit organizations; we do not do non-repayable contributions. We expend \$100 million per year under the BDP. The average assistance is about \$190,000; and 58 per cent of our funding in BDP goes to commercial projects while 42 per cent goes to non-commercial. For each program, I will provide an example of the types of things we have done that illustrate the support we have provided to the lobster industry. Obviously, there are many other examples.

The first one I will mention under the BDP is Nova Cold Consolidated Limited. Assistance from ACOA was about \$400,000 of a total cost of \$9 million to assist with the establishment of a modern cold chain logistical centre with the latest in cold storage and handling technology. Certainly you have heard various people talk about this kind of technology and its importance for the industry. This project was approved during the CAF Lobster Initiative phase in the Halifax regional municipalities, so it was not eligible for CAF. It was important enough to do anyway, so we did it under our regular program.

In the area of innovation, our main program is the Atlantic Innovation Fund. It provides support for R & D leading to commercialization of technology-based solutions. The main objectives of the AIF are to increase activity in and build capacity for innovation, research and development leading to technologies, products, processes and services that contribute to economic growth in Atlantic Canada. Since 2001, ACOA has announced close to

Après cette description du mandat de l'APECA, je cède la parole à M. AuCoin qui expliquera en détail nos réalisations dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du Fonds d'adaptation des collectivités.

M. AuCoin : Dans mon exposé, je présente de façon plus approfondie le type de programmes que nous offrons généralement à tous les secteurs, notamment celui des pêches et je parlerai plus précisément de nos réalisations dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du Fonds d'adaptation des collectivités.

Il y a environ 15 ans que je suis à l'APECA. J'ai eu la possibilité de participer à cette initiative pratiquement dès le début. Pour ma part, je considère comme un vrai privilège le fait d'y avoir participé, car nous avons le sentiment d'apporter quelque chose de nouveau au secteur. J'ai, moi aussi, grandi dans un petit village de Cheticamp, une région rurale du Cap-Breton. Bien évidemment, je me suis rendu compte de l'importance et des besoins de l'industrie.

Je commence par les principaux programmes de l'APECA. M. Nowlan a parlé du développement des entreprises qui est une de nos activités principales. Le Programme de développement des entreprises, qui est l'élément essentiel de ce secteur d'activité, fournit une contribution pour des projets tels que la mise sur pied et l'agrandissement d'une entreprise ainsi que l'amélioration de la productivité. Les PME ont accès à des contributions remboursables. Les organisations sans but lucratif sont admissibles à une aide non remboursable. Dans le cadre du Programme de développement des entreprises, nous dépensons 100 millions de dollars par année. L'aide financière moyenne s'élève à environ 190 000 \$; 58 p. 100 de cette aide sont destinés aux projets commerciaux et 42 p. 100 aux projets non commerciaux. Je décrirai, pour chaque programme, ce que nous avons fait pour aider l'industrie du homard. Évidemment, nous avons aussi fait beaucoup d'autres choses.

Nova Cold Consolidated Limited est le projet dont je vais parler en premier dans le cadre du Programme de développement des entreprises. L'APECA a fourni une aide d'environ 400 000 \$ pour contribuer à l'établissement d'un centre moderne de logistique de la chaîne du froid dont le coût total est de 9 millions de dollars. Ce centre est doté de la toute dernière technologie d'entreposage et de manipulation sous froid. Vous avez sans doute entendu beaucoup de personnes parler de ce type de technologie et de son importance pour l'industrie. Ce projet a été approuvé alors que la Municipalité régionale d'Halifax étudiait l'initiative pour l'industrie du homard du Fonds d'adaptation des collectivités. Le projet n'était donc pas admissible au Fonds d'adaptation des collectivités. Il était quand même suffisamment important pour être mis en œuvre, ce que nous avons fait dans le cadre de notre programme ordinaire.

Sur le plan de l'innovation, notre programme principal est le Fonds d'innovation de l'Atlantique, ou le FIA. Ce programme soutient la R-D menant à la commercialisation d'innovations axées sur la technologie. Les objectifs principaux du FIA sont d'accroître les activités d'innovation et de R-D et de renforcer la capacité à cet égard qui mène à l'élaboration de technologies, de produits, de procédés et de services qui stimulent la croissance économique dans

\$758 million in 301 projects. Here, too, is an example of a project that we funded under the AIF: Lotek Wireless Inc. in St. John's, Newfoundland. The total project cost was \$4.4 million and ACOA assistance under the AIF was \$2.8 million. This project was to assist the client in designing a small lightweight temperature and depth sensor data tag to help fisheries management researchers track various species and to understand their migratory patterns. You have had discussions around that aspect of the fishery as well.

I will switch slides and talk about international business development before talking about the ICF. International business development still fits under the enterprise or business development area. We have a suite of initiatives in that category that are aligned with Government of Canada priorities, such as the global commercial strategy to help us penetrate emerging markets in Brazil, China and India. We are taking a more integrated approach when it comes to trade by looking at not only export promotion but also investment solicitation, technology, commercialization and awareness. We have an agreement between the federal government and the four provincial governments called the International Business Development Agreement where for various sectors we have a common working group with representatives of the different governments and industry stakeholders. We identify priorities that we will fund to support international trade development with those sectors.

I have a couple of examples, but we have done quite a few more, such as the International Boston Seafood Show. Maybe some of you took part in some of those missions when we funded them. Two recent examples focus on lobster. One was a trade mission in Miami. It was not a whole lot of money, \$40,000, to teach leading executive chefs in Miami how to introduce mussels and lobster to their menus in innovative ways. With the spillover effect in the local media, it got picked up in some magazines, which was great.

I also mention the China trade mission, which is a new project building from some of the things we did under the CAF Lobster Initiative with New Brunswick's Agriculture, Aquaculture and Fisheries department targeting 20 Atlantic Canadian seafood companies. Based on the success we had in the first projects under CAF Lobster Initiative, we are confident in saying that these companies will experience growth.

I will go back to the slide that I skipped for the community development component, which is my main area of responsibility. The key program is the Innovative Communities Fund, where we target specific sectors to help mainly rural areas. We have made

le Canada atlantique. Depuis 2001, l'APECA a annoncé des investissements totalisant près de 758 millions de dollars dans 301 projets. Je vous donne l'exemple d'un projet financé par l'entremise du FIA; il s'agit de Lotek Wireless Inc. situé à St. John's, à Terre-Neuve-et-Labrador. Le coût total du projet était de 4,4 millions de dollars, et le soutien financier de l'APECA dans le cadre du FIA était de l'ordre de 2,8 millions. Ce projet visait à aider le client à concevoir un marqueur détecteur de température et de profondeur petit et léger dans le but d'aider les chercheurs en gestion des pêches à suivre diverses espèces et à comprendre leurs habitudes migratoires. Vous avez également eu des discussions concernant cet aspect de la pêche.

Je vais passer à une autre diapositive et parler de la promotion du commerce extérieur avant d'aborder le Fonds des collectivités innovatrices, ou le FCI. La promotion du commerce extérieur est encore en lien avec le développement des entreprises. Nous avons une gamme d'initiatives dans cette catégorie qui s'arriment aux priorités du gouvernement du Canada, dont la stratégie commerciale mondiale qui nous aide à pénétrer les marchés émergents du Brésil, de la Chine et de l'Inde. Nous adoptons une approche plus intégrée en ce qui a trait au commerce. Nous mettons l'accent sur la promotion des exportations, la recherche d'investissements, la commercialisation de la technologie et la sensibilisation. Nous avons une entente avec le gouvernement fédéral et quatre gouvernements provinciaux, soit l'entente sur la promotion du commerce extérieur. Nous avons un groupe de travail commun avec des représentants des divers gouvernements et des diverses parties intéressées de l'industrie en ce qui concerne divers secteurs de l'économie. Nous déterminons les priorités que nous financerons en vue de soutenir le développement du commerce extérieur au sein de ces secteurs.

J'ai donné certains exemples, mais il y en a bien d'autres, y compris le Salon international des produits de la mer de Boston. Certains d'entre vous ont peut-être pris part à certaines missions que nous avons financées. Deux exemples récents portent sur le homard. Nous avons financé une mission commerciale à Miami. Ce n'était rien de colossal; nous avons investi 40 000 \$ pour enseigner à de grands chefs cuisiniers à Miami comment introduire les moules et le homard dans leur menu de façon non traditionnelle. Grâce à l'effet d'entraînement dans les médias locaux, certains magazines en ont parlé, ce qui était excellent.

Je mentionne également la mission commerciale en Chine; c'est un nouveau projet qui met à profit certains éléments que nous avons faits dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC en collaboration avec le ministère de l'Agriculture, de l'Aquaculture et des Pêches du Nouveau-Brunswick. L'initiative cible 20 entreprises des produits de la mer du Canada atlantique. Forts des succès des premiers projets dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, nous sommes persuadés que ces entreprises connaîtront une croissance.

Je vais revenir à la diapositive que j'ai passée concernant le développement économique des collectivités, soit le dossier dont je m'occupe principalement. Le programme clé est le Fonds des collectivités novatrices, et nous ciblons des secteurs précis en vue

investments of about \$280 million in 803 projects since January 2006; and we have leveraged an additional \$614 million from other funding partners. The example we chose to highlight here is a project we did with the Lobster Council of Canada to follow up on some of the things we did under CAFLI. This project focuses on the implementation of the marketing strategy that we funded under the CAFLI and that was referenced by both the representatives of the lobster council when they met with you and by Mr. Michael Gardner when he was here last week. The study he did is part of his company.

I will move on to CAFLI more specifically, but before that, I want to situate it. As Mr. Nowlan mentioned, under CAFLI we had to be consistent with our agency policy on the fisheries. That agency policy took form in the early 1990s when the groundfish collapsed, and we knew, as an agency of the federal government, that we could not do anything that would add additional pressure on the resource. Therefore, we shifted our focus more to productivity-enhancing initiatives to promote the long term viability of the industry. Mr. Nowlan mentioned them as well in terms of R & D, value-added, market development and those sorts of things, always with the view to not applying additional pressure on the stocks.

On slide 8, you will see a breakdown of our support overall for the various aspects of the fisheries income Atlantic Canada. One column shows it since inception and the other column shows over the past three years. This column excludes CAF and the community adjustment funding. This is mainly our regular programming that we have had over that period. "Since inception" means from 1987 to today. It is broken down between aquaculture, seafood processing and fishing, which are the three main categories that you will find in the industry classification system.

We also have a category called "Other." A short footnote describes what it is. This funding was provided to various associations or groups that represent the fishing industry that are not classified under those three broad headings. It can represent studies or conferences or other such things we have funded.

Now, moving into CAF, as Mr. Nowlan mentioned, the Community Adjustment Fund was announced in January 2009 by the government in response to the economic downturn in 2008 and was part of the economic action plan. The focus of CAF was to create jobs and employment opportunities in communities affected by the global recession. It was a two-year program, so the timing was very tight around this program, with a sunset date of March 31, 2011. It was announced in January. By the time we

de soutenir des régions principalement rurales. Nous avons fait des investissements totalisant environ 280 millions de dollars dans 803 projets depuis janvier 2006, et nous avons suscité l'investissement d'une somme supplémentaire de 614 millions provenant d'autres partenaires. Nous avons choisi de souligner un projet que nous avons mené en collaboration avec le Conseil canadien du homard pour tirer parti de certains éléments que nous avons faits dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC. Le projet met l'accent sur la mise en oeuvre de la stratégie de commercialisation que nous avons financée dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC et à laquelle ont fait référence les deux représentants du Conseil canadien du homard lorsqu'ils vous ont rencontrés en compagnie de M. Michael Gardner lorsqu'il était ici la semaine dernière. L'étude qu'il a réalisée fait partie de son entreprise.

Je vais maintenant aborder plus précisément l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, mais avant, j'aimerais vous donner un peu de contexte. Comme M. Nowlan l'a mentionné, dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, nous devons nous conformer à la politique en matière de pêches de l'organisme. Cette politique a été élaborée au début des années 1990, lorsque les stocks de poissons de fond ont chuté, et nous savions, en tant qu'organisme du gouvernement fédéral, que nous ne pouvions rien faire qui exercerait une pression supplémentaire sur la ressource. Voilà pourquoi nous avons plutôt mis l'accent sur les initiatives axées sur l'amélioration de la productivité en vue de promouvoir la viabilité à long terme de l'industrie. M. Nowlan a également mentionné la R-D, la valeur ajoutée et le développement des marchés, et ce, en ayant toujours à l'esprit de ne pas exercer une pression supplémentaire sur les stocks.

La huitième diapositive détaille le soutien global accordé aux divers secteurs des pêches au Canada atlantique. La première colonne exprime la somme totale depuis le début; la deuxième, la somme des trois dernières années. Cette colonne ne comprend pas le FAC. Il s'agit principalement des programmes réguliers que nous avons eus au cours de cette période. On entend par « depuis le début » ce qui a été fait depuis 1987. Nous avons inscrit les données pour l'aquaculture, la transformation des fruits de mer et la pêche, soit les trois principales catégories du système de classification de l'industrie.

Nous avons également la catégorie « Autres ». Une courte note de bas de page explique cette catégorie fourre-tout. Il s'agit de financement qui a été accordé à divers groupes ou associations qui représentent l'industrie de la pêche, mais qui n'entre pas dans les trois grandes catégories. Cela peut inclure des études, des congrès ou d'autres événements que nous avons financés.

Passons maintenant au FAC. Comme M. Nowlan l'a mentionné, l'annonce concernant le FAC a été faite en janvier 2009 par le gouvernement en réaction au ralentissement économique de 2008. Le FAC s'inscrivait dans le Plan d'action économique. Son objectif était la création d'emplois et d'occasions d'emploi dans les collectivités touchées par la récession mondiale. Il s'agissait d'un programme de deux ans, ce qui était très court, prenant fin le 31 mars 2011. Encore une fois, l'annonce a été faite en janvier.

went through cabinet and got all the Treasury Board approvals, some time had already lapsed. It put pressure on us and on industry stakeholders to come forward with proposals.

In Atlantic Canada, CAF was delivered by ACOA. CAF was a \$1 billion program over those two years, and our allocation for two years was about \$100 million.

Projects under CAF had to be incremental, start quickly and be completed by March 31, 2011. When we assessed the projects we received as applications, priority was given to those projects that would generate immediate employment, create the most near-term employment for federal dollar invested, leverage funds from provinces and build on existing collaborative agreements, and provide a legacy of longer-term economic and ecological benefits. This was an important part for the CAF Lobster Initiative. You will see that we funded a number of sustainability studies.

There is one little particularity I mentioned earlier: CAF was not available to the Halifax Regional Municipality. CAF had as one of its criteria that it was only for communities of 250,000 people or less. We wanted to focus on smaller communities that were more directly impacted by the effects of the economic downturn. That did not just apply to Atlantic Canada; rather, all across the country, communities of over 250,000 people were not eligible for CAF funding.

On May 22, 2009, the Government of Canada announced the Atlantic Canada Lobster Industry Initiative. As Mr. Nowlan mentioned, it was \$10 million over two years for Atlantic Canada and Quebec. ACOA got \$8 million and our sister agency CED-Q got \$2 million.

In Atlantic Canada we delivered the \$8 million under this initiative. We structured it such that for commercial projects we would use the Business Development Program, and for non-commercial projects we would use the Innovative Communities Fund, using more or less the same criteria that we use under our regular programs. Repayable support was provided to businesses. Assistance limits for repayable support is normally up to 50 per cent on capital costs and 75 per cent for other costs. For non-repayable contributions, we can go up to 80 per cent of eligible cost.

I know a couple of weeks ago Leonard Leblanc, President of the Lobster Council of Canada, mentioned an issue around stacking. Stacking refers to the total amount of funding that is available from government, not just from the federal government but from other government levels as well.

Avant que le tout soit approuvé par le Cabinet et le Conseil du Trésor, un certain temps s'était déjà écoulé, ce qui a forcé l'APECA et les parties intéressées de l'industrie à élaborer rapidement des propositions.

Au Canada atlantique, c'est l'APECA qui administrait le FAC. Il s'agissait d'un programme d'un milliard de dollars sur deux ans, et nos fonds pour ces deux ans étaient d'environ 100 millions de dollars.

Les projets dans le cadre du FAC devaient représenter de nouvelles activités, pouvoir être entrepris rapidement et prendre fin au plus tard le 31 mars 2011. Lors de l'examen des demandes de projet reçues, la priorité a été accordée aux projets qui généraient des emplois immédiats; créaient le plus d'emplois à court terme pour chaque dollar investi par le gouvernement fédéral; favorisaient l'obtention de fonds additionnels des gouvernements provinciaux; misaient sur des accords de partenariat déjà en place; et produisaient des retombées économiques et écologiques à plus long terme. Il s'agissait d'un élément important de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC. Vous verrez que nous avons financé un certain nombre d'études en matière de développement durable.

Il y a une petite particularité que j'ai mentionnée plus tôt : la Municipalité régionale d'Halifax n'était pas admissible au FAC, parce que le fonds avait notamment comme critères que seules les collectivités de moins de 250 000 personnes y étaient admissibles. Nous voulions mettre l'accent sur les petites collectivités qui étaient plus directement touchées par les répercussions du ralentissement économique. Ce critère s'applique non seulement au Canada atlantique, mais aussi dans le reste du Canada; bref, toute collectivité de plus de 250 000 personnes n'était pas admissible au FAC.

Le 22 mai 2009, le gouvernement du Canada a annoncé l'Initiative pour l'industrie du homard des provinces atlantiques du Canada. Comme M. Nowlan l'a mentionné, 10 millions de dollars allaient être investis sur deux ans au Canada atlantique et au Québec. L'APECA a reçu huit millions de dollars, et l'ADECRCQ, l'organisme homologue pour le Québec, en a reçu deux.

Au Canada atlantique, nous avons administré les huit millions provenant de l'initiative. Les projets commerciaux ont été appuyés par l'entremise du programme de développement des entreprises; les projets non commerciaux, par l'entremise du FCI. Nous nous sommes servis plus ou moins des mêmes critères que dans le cadre de nos programmes réguliers. Un financement remboursable a été accordé aux entreprises. L'aide remboursable peut atteindre normalement jusqu'à 50 p. 100 des coûts d'immobilisations et jusqu'à 75 p. 100 des autres coûts. Dans le cas d'un soutien non remboursable, l'aide peut aller jusqu'à 80 p. 100 des coûts admissibles.

Je sais qu'il y a deux ou trois semaines, le président du Conseil canadien du homard, Leonard Leblanc, a soulevé un enjeu concernant le « cumul », c'est-à-dire l'ensemble du financement disponible auprès du gouvernement fédéral et des autres ordres de gouvernement.

We are bound very strictly by Treasury Board rules to not exceed 100 per cent of the cost when we look at the full envelope of government funding. More precisely, when it comes to federal funding, we are not able to go over 90 per cent of costs without seeking our minister's approval. I can tell you that when it came to some of these projects under CAF Lobster, especially the sustainability projects, we used that ministerial exemption to go over 90 per cent because we knew many of these small groups did not have the cash to put up to be able to fund those projects. In many instances we actually used the flexibilities that we had in terms of stacking to ensure these projects could happen.

The types of projects that were eligible under CAF Lobster specifically included marketing campaigns, implementation of quality improvement measures, industry-wide market research and market strategies, innovation and development of new products and technologies, and strategic projects involving economic stimulus in the region. As I said earlier, all of these things really had to be consistent with ACOA's fish processing policy, which, when you read it, means that we need to consult with the Department of Fisheries and Oceans to ensure what we do is consistent with their management approach.

We have mentioned DFO quite a bit, but within the federal family, we also consult widely with Agriculture and Agri-Food Canada, especially when it comes to international business development projects, because within the federal family it is Agriculture and Agri-Food Canada that has the mandate for the promotion of food in general on the international market, but that includes seafood. In many instances, we had to find the right people in Agriculture and Agri-Food Canada to get their views on whether we were doing the right things.

Another thing I will point out when it comes to CAF and the CAF Lobster Initiative is that we at ACOA did not hire additional people to deliver these additional funds we had; we used existing resources. However, we did reallocate and reassign people within the agency to help us do that. When it came to CAFLI, we actually seconded somebody from our Prince Edward Island office to come to head office to help us coordinate this initiative. That proved of inestimable value to us because it was such a new initiative and it required such coordination.

To get to the nuts and bolts of the CAF Lobster Initiative, overall we approved 27 projects and expended about \$7 million. When you take into account the total cost of these projects and the other funding sources, we are looking at a total investment of \$11.6 million.

Les règles très strictes du Conseil du Trésor nous obligent à ne pas dépasser 100 p. 100 des coûts lorsque nous examinons l'ensemble du financement gouvernemental obtenu. Qui plus est, en ce qui concerne le financement fédéral, nous ne pouvons pas excéder 90 p. 100 des coûts sans d'abord obtenir l'approbation du ministre. Je peux vous dire que dans certains projets dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, en particulier les projets de développement durable, nous avons eu recours à cette exemption ministérielle pour aller au-delà du 90 p. 100, parce que nous savions que bon nombre de ces petits groupes n'avaient pas les moyens de financer de tels projets. Dans bien des cas, nous nous sommes en fait servis de la latitude que nous avons grâce au cumul pour nous assurer de la réalisation des projets.

Dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, les types de projets admissibles comprenaient les campagnes de marketing; la mise en oeuvre de mesures d'amélioration de la qualité; les études de marché et les stratégies de mise en marché pour l'ensemble de l'industrie; l'innovation et la conception de nouveaux produits et de nouvelles technologies; et les projets stratégiques en vue de stimuler l'activité économique de la région. Comme je l'ai dit plus tôt, les projets devaient vraiment se conformer à la politique de l'APECA sur la transformation du poisson, à savoir que nous devons consulter le ministère des Pêches et des Océans pour nous assurer que ce que nous faisons est conforme à l'approche de gestion du ministère.

Nous avons beaucoup parlé du MPO, mais dans la grande famille du gouvernement fédéral nous consultons également Agriculture et Agroalimentaire Canada, particulièrement lorsqu'il est question de projets de développement du commerce extérieur, parce qu'au sein du gouvernement fédéral, c'est Agriculture et Agroalimentaire Canada qui a le mandat d'assurer la promotion sur les marchés internationaux des aliments en général, ce qui inclut les produits de la mer. Dans bien des cas, nous avons dû trouver les bonnes personnes à Agriculture et Agroalimentaire Canada pour savoir si nous faisons les bonnes choses.

J'aimerais mentionner un autre élément concernant le FAC et l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC. L'APECA n'a pas eu besoin d'engager d'autres personnes pour administrer le financement; nous avons utilisé les ressources existantes. Par contre, nous avons tout de même dû réaffecter des gens au sein de l'organisme pour nous aider à y arriver. En ce qui a trait à l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, nous avons fait venir un employé de notre bureau de l'Île-du-Prince-Édouard à notre bureau principal pour nous aider à coordonner cette initiative. Cela nous a été d'une valeur inestimable, parce qu'il s'agissait d'une nouvelle initiative et que cela nécessitait beaucoup de coordination.

Pour ce qui est des détails concernant l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, nous avons approuvé 27 projets qui représentaient des investissements de l'ordre de sept millions de dollars. Le coût total des projets était de 11,6 millions.

There is a little note there that explains a bit of a discrepancy. About two years ago, I was in P.E.I. for the announcement of the full suite of projects that we did. Minister Shea, Minister of Fisheries at the time, made that announcement. At that time, we announced 29 and the amount was \$7.9 million. Those were the figures at that time, but as time rolled on and as that deadline of March 31, 2011, got closer and closer, there was one project we had to cancel because it would take far too long to continue. Another project that was with a commercial client we felt was much too important to discard, so we actually funded it under our regular Business Development Program.

Overall, we still ended up doing very close to \$8 million, even if it is not captured precisely under the CAFLI envelope under that strict period of two years.

When we break it down into the four categories of projects that we funded, you will get a much better flavour of what we actually ended up doing. There are four basic types of categories: one for international business development, one for sustainability, one for one for innovation, and one for research. For international trade development, we did 10 projects there, with the ACOA amount of \$2.7 million or thereabouts, the total cost being about \$3.9 million.

I have outlined some examples of projects. One is the Lobster Academy, where we established a training institute. I think representatives of the Lobster Council of Canada mentioned some of this in their testimony a little while ago. We also funded the long-term strategy that was referred to earlier.

The last example there is the traceability pilot project that I think Stewart Lamont mentioned when he was here. I became very involved in this project. It is a very interesting project and one that I felt was very important — kind of groundbreaking and pioneering to be able to put in place a technology that would actually allow for lobster to be traced from the water to the end consumer.

However, it was a bit controversial and not everyone in the industry — not even provincial governments — agreed with the various aspects of this project. We had to convene a working group on a Sunday in the middle of the lobster season so that fishermen's groups could come and have their say. We reached a consensus at that table on that Sunday to proceed with this project. We have seen good uptake across the region, but I was glad to hear that someone like Mr. Lamont, who is a pretty reputable person in the industry, is using this system to market his product in international markets.

The next area we focused on was sustainability projects. We did about 10 of those. These sustainability projects were funded by ACOA with lobster fishing groups in various lobster fishing areas. They were going to be used by these representatives of the

Il y a une note de bas de page qui explique une certaine contradiction dans les chiffres. Il y a environ deux ans, j'étais à l'Île-du-Prince-Édouard pour une annonce sur l'ensemble de nos projets. La ministre Shea, qui était ministre des Pêches à l'époque, a fait cette annonce. À ce moment, nous avons annoncé que nous avions 29 projets qui représentaient des investissements de l'ordre de 7,9 millions. Il s'agissait des données que nous avons à l'époque, mais à mesure que l'échéance du 31 mars 2011 approchait, nous avons dû annuler un projet, parce qu'il aurait pris trop de temps à se concrétiser. Par contre, l'autre projet concernait un client commercial, et nous considérons que le projet était trop important pour l'annuler. Nous l'avons donc financé à même notre programme de développement des entreprises.

Dans l'ensemble, nos investissements ont frôlé huit millions de dollars, même si ce soutien financier ne provenait pas précisément des fonds de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC qui devaient être dépensés durant la période ferme de deux ans.

Si nous divisons le tout en quatre catégories de projets, vous aurez une meilleure idée de ce que nous avons réellement fait. Il y a quatre grandes catégories : le développement du commerce extérieur; le développement durable; l'innovation; et la recherche. En ce qui concerne le développement du commerce extérieur, l'APECA a investi environ 2,7 millions dans 10 projets. Le coût total des projets était d'environ 3,9 millions.

J'ai donné quelques exemples de projets. Il y a la Lobster Academy, soit la mise sur pied d'un institut de formation. Je crois que les représentants du Conseil canadien du homard vous en ont parlé lors de leur passage au comité il y a quelque temps. Nous avons également financé la stratégie à long terme dont il a été question plus tôt.

Le dernier exemple est le projet pilote de traçabilité dont je crois que Stewart Lamont a parlé lorsqu'il a témoigné devant le comité. J'ai participé activement au projet. C'était un projet très intéressant, et je considérais comme très important, voire révolutionnaire, de mettre en place une technologie qui permettrait de suivre le parcours du homard de sa pêche à sa consommation.

Cependant, le projet était quelque peu controversé, et ce n'est pas tout le monde au sein de l'industrie — pas même les gouvernements provinciaux — qui était d'accord avec les divers aspects du projet. Nous avons dû convoquer un groupe de travail un dimanche au beau milieu de la saison du homard pour que les associations de pêcheurs puissent avoir leur mot à dire. Lors de cette rencontre, nous en sommes arrivés à un consensus sur le projet. Nous avons constaté une bonne participation dans la région, mais j'ai été ravi d'entendre que M. Lamont, à savoir une personne qui jouit d'une excellente réputation au sein de l'industrie, utilise le système pour commercialiser son produit sur les marchés internationaux.

La prochaine catégorie sur laquelle nous avons mis l'accent concerne les projets de développement durable. Nous en avons financé une dizaine. Ces projets étaient financés par l'APECA en collaboration avec des associations de pêcheurs de homard de

industry to then go to DFO and have access to their larger Lobster Sustainability Measures fund, which representatives of DFO explained to you, and then implement those plans with the restructuring options and activities that they had identified in each of those plans.

ACOA funded a good number of these plans. I think DFO said there were 17 in all and we funded about 10. Those are examples of some of the ones we did, but there were some pretty interesting ones with Aboriginal groups, for instance, in New Brunswick and P.E.I. One combined Aboriginal groups in New Brunswick and Quebec, in the northern part of New Brunswick.

We did a number of innovation projects, four in all, and two in P.E.I. One looked at product innovation and another one looked at process innovation, which actually led to some new processes being implemented by different companies in the industry. The example I chose to highlight is Aqualife North America. A lot of people in the industry felt this was a bit of a game-changing investment. We were working with a private sector firm to develop a new technology that would allow for live lobster to be shipped by boat to foreign markets, mainly the European market.

We have seen good uptake with this one, but probably a little slower than anticipated. However, there is a lot of testing and at least we are seeing some uptake on that one.

Last but not least, there were just three research projects, but the most significant one was with the FFAW/CAW, Fishermen's Resource Centre in Newfoundland and Labrador to support the research and data collection to verify the impact of conservation measures that have been implemented in the industry. The table on slide 17 provides an overview of what I described in the previous slides.

Under the CAF Lobster Initiative, one of the key things we looked at was dollars leveraged. With the \$7 million we invested, we leveraged another \$4.6 million. It was a little under our target for the overall CAF program, but considering the challenging situation the industry was in during those years, we felt that was a pretty good achievement for this initiative. We completed 27 projects and did one commercial one.

When we consider project specific results, I chose to highlight a few. One was the Flavorful Foods project that emanated from Cape Breton but involved an around-the-world boat tour with a delegation of people from Atlantic Canada who would go to different ports of call — I think there were five — and promote

diverses zones de pêche. Les représentants de l'industrie devaient se servir des plans en vue de présenter une demande de financement auprès du MPO relativement au programme de mesures de durabilité pour l'industrie du homard, ce que des représentants du MPO vous ont expliqué. Ensuite, les responsables devaient mettre en oeuvre ces plans avec les options et les mesures de restructuration qui avaient été déterminées dans chacun des plans.

L'APECA a financé bon nombre de plans. Je crois que les représentants du MPO ont dit qu'il y en avait eu 17, et nous en avons financé une dizaine. Vous pouvez voir des exemples de plans que nous avons financés, mais il y a eu des plans très intéressants avec des groupes autochtones, par exemple, au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard. Un plan englobait des groupes autochtones du Nouveau-Brunswick et du Québec, dans le nord du Nouveau-Brunswick.

Nous avons mis en oeuvre des projets d'innovation; il y en a quatre, dont deux à l'Île-du-Prince-Édouard. L'un d'entre eux est lié aux produits; l'autre, aux processus. Cela a entraîné la mise en place de nouveaux processus par diverses entreprises de l'industrie. L'exemple que j'ai choisi de souligner est celui d'Aqualife North America. Beaucoup de gens de l'industrie ont le sentiment qu'il s'agit là d'un investissement qui a changé la donne. Avec une entreprise du secteur privé, nous avons travaillé à la création d'une nouvelle technologie permettant l'expédition par bateau du homard vivant vers les marchés étrangers, principalement le marché européen.

Dans ce cas, nous avons vu une bonne implantation, mais cela s'est probablement fait plus lentement que prévu. Cependant, beaucoup de tests sont réalisés et nous voyons au moins des résultats pour ce projet.

Enfin, il y avait seulement trois projets de recherche, mais le plus important est celui que nous avons mené à Terre-Neuve-et-Labrador avec le Fishermen's Resource Centre de la FFAW-TCA, qui visait à appuyer la recherche et la collecte de données pour mesurer l'incidence des mesures de conservation mises en oeuvre dans l'industrie. Le tableau de la diapositive n° 17 donne un aperçu de ce que j'ai décrit dans les diapositives précédentes.

Dans le cadre de l'Initiative pour l'industrie du homard du FAC, un des éléments clés que nous avons étudiés est l'effet de levier. Les sept millions de dollars investis ont permis d'aller chercher 4,6 millions de dollars supplémentaires. C'est légèrement en deçà de notre objectif pour l'ensemble du programme du FAC, mais étant donné la conjoncture difficile dans l'industrie pendant cette période, nous croyons que ce sont là d'assez bons résultats pour cette initiative. Nous avons terminé 27 projets et nous avons mis en oeuvre un projet de commercialisation.

Pour ce qui est des résultats pour des projets précis, j'ai choisi d'en souligner quelques-uns. L'un d'entre eux est le projet de Flavorful Foods, qui a commencé à l'île du Cap-Breton, mais dans le cadre duquel une délégation de gens du Canada atlantique ont fait une tournée en bateau dans des ports d'escale

lobster wherever they went. Eighteen companies were part of this. We have seen estimated sales increases of \$2.1 million in 2011 and a further \$5.2 million in those two subsequent years.

There are two other projects that also had some interesting results. One was for Cape Bald Packers in New Brunswick, which assisted with the purchase of equipment in order to reduce water usage by the plant. Cape Bald Packers was interested in a processing facility that would reduce its freshwater consumption and also its effluent production. As a result of this project, the company was able to achieve that, and the town of Cap-Pelé in southeastern New Brunswick was able to reduce the planned expansion of its lagoon system by 15 per cent, reducing their project cost by \$1 million to \$1.5 million.

Last but not least, we funded a pretty significant project with the New Brunswick Department of Agriculture, Aquaculture and Fisheries to market lobster from New Brunswick and Prince Edward Island. The Government of Prince Edward Island was involved with this one as well, in the Chinese market. Two missions were held, one in 2009 and the other in 2010. Seven companies were involved and you see the results on the slide. Sales went from \$240,000 in 2009 to \$3 million in 2010. This supports that broader trend that Mr. Nowlan mentioned about the increase in sales to China. When you include Hong Kong, it reached about \$40 million in 2011.

There were a number of lessons we learned from this initiative that we have shared within our agency and with other partners once we approached completion. I was in the policy area before moving into community development. I dealt with a number of adjustment initiatives, but I found that a lot of those initiatives were adjusting communities or people away from a certain industry. If there was a downturn in the forestry, you would try to get people to diversify into another type of economic activity. I always felt we should be doing just as much to diversify within the industry and that is why I felt so privileged to be part of this initiative. We were able to focus some diversification initiatives within the lobster industry, so I felt it was a good example of that type of diversification.

Another lesson that we learned is that this is a very challenging industry with all sorts of divisions and vested interests, as you have heard from many of your presenters so far. That meant a couple of things for us. We needed some dedicated staff, as I mentioned, and we pulled some in from our regional offices. However, it also meant that in some cases we were dealing with new groups who had not really dealt with ACOA in a regular way before. We needed to educate them and bring them along to the way that our programs functioned.

internationaux — il y en a eu cinq, je crois — pour y faire la promotion du homard. Dix-huit entreprises ont participé au projet. Nous avons observé un accroissement estimatif des ventes de 2,1 millions de dollars en 2011 et de 5,2 millions de dollars supplémentaires au cours des deux années subséquentes.

Deux autres projets ont aussi donné des résultats intéressants. Le premier est l'aide fournie à la société Cape Bald Packers, au Nouveau-Brunswick, en vue de l'achat d'équipement pour réduire la consommation d'eau à l'usine. Cape Bald Packers voulait avoir une usine de traitement qui lui permettrait de réduire la consommation d'eau douce et la production d'eaux usées. Grâce au projet, l'entreprise a pu y parvenir et la municipalité de Cap-Pelé, au sud-est du Nouveau-Brunswick, a été en mesure de réduire de 15 p. 100 l'agrandissement prévu de son bassin d'épandage, ce qui représente une économie d'un à 1,5 million de dollars pour la réalisation du projet.

Enfin, nous avons financé un projet plutôt important du ministère de l'Agriculture, de l'Aquaculture et des Pêches du Nouveau-Brunswick lié à la commercialisation du homard du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard. Le gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard a aussi participé au projet, pour le marché chinois. Il y a eu deux missions, une en 2009 et l'autre, en 2010. Sept entreprises ont participé et vous pouvez voir les résultats sur la diapositive. Les ventes sont passées de 240 000 \$ en 2009 à 3 millions en 2010. Cela démontre la tendance globale au sujet de l'augmentation des ventes à la Chine dont M. Nowlan a parlé. Lorsqu'on inclut Hong Kong, ce chiffre a atteint près de 40 millions de dollars en 2011.

Cette initiative nous a permis de tirer diverses leçons. Nous en avons informé le personnel de l'agence et d'autres partenaires vers la fin du projet. Avant de travailler dans le développement communautaire, j'étais dans le secteur des politiques. J'ai travaillé à plusieurs initiatives de restructuration, mais j'ai trouvé que beaucoup de ces initiatives éloignaient les collectivités ou les gens d'une industrie donnée. Lorsqu'il y avait un ralentissement dans le secteur de la foresterie, on essayait d'inciter les gens à se tourner vers un autre secteur d'activité économique. J'ai toujours pensé que l'on pourrait aussi bien avoir cette diversification au sein de l'industrie, et c'est pourquoi je me considère très privilégié d'avoir participé à cette initiative. Nous avons été capables de nous concentrer sur des initiatives de diversification au sein de l'industrie du homard. Je crois donc qu'il s'agit là d'un bon exemple de ce genre de diversification.

Une autre leçon que nous avons apprise, c'est qu'il s'agit d'une industrie très complexe où l'on trouve toutes sortes de problèmes et d'intérêts particuliers, comme beaucoup de témoins vous l'ont indiqué jusqu'à maintenant. Pour nous, cela a eu deux ou trois conséquences. Nous avons besoin d'un personnel dévoué, comme je l'ai mentionné, nous sommes allés chercher des gens dans nos bureaux régionaux. Cependant, cela voulait aussi dire que dans certains cas, nous avions affaire à de nouveaux groupes qui n'avaient pas vraiment eu de contacts fréquents avec l'APECA auparavant. Nous leur avons donné une formation et les avons informés du fonctionnement de nos programmes.

The processors were pretty familiar with our programming, but some of the community groups or local fisheries groups had not developed that kind of experience or rapport with us, so we felt we needed to spend a bit more time with them.

My observation as the coordinator of this initiative was that I felt the short time frame of this program forced industry players who were not in the habit of collaborating to roll up their sleeves and partner in ways that they probably should have always been doing, but never got around to doing. I always felt that if the program had been longer term or spread out over a longer period of time, the pressure to get those players working together probably would not have been there and we would not have seen as much collaboration as we did. In the end, it is our view that this initiative supported a good number of solid projects that we hope will contribute to the long-term viability of the lobster industry in Atlantic Canada.

The Chair: Thank you, Mr. AuCoin. We gave you have a bit more time than we usually do, but being around ACOA and having been involved as long as you have, the senators wanted to hear all the details. We certainly received many details, which I am sure has created some questions for you.

Senator Hubley: Welcome to you both. You have brought a great deal of information to us today. We will hopefully be using that over the next while as we look into the lobster industry.

The CAF Lobster Initiative is a great program. I think you have probably been the catalyst for a lot of things to begin as it pertains to our industry in the Atlantic region.

One of the projects was when the Lobster Academy Limited was formed. They were delivering a program at that facility in St. Andrews, New Brunswick, on traceability, sustainability, certification, demand pricing — a whole gamut of information. I would like to know who went to that, who attended, and I would also like to know if the funding was finished in March of 2011. Is that still viable and ongoing and is it now sustained through the industry and perhaps memberships?

Mr. AuCoin: Those are good questions. Perhaps I should have mentioned this in my presentation. My involvement was in coordinating the overall initiative. There were some projects that I got more directly involved in like the traceability one that I mentioned because it was pan-Atlantic in nature. By and large, the other 26 projects or so were emanated from the ground up, so the applications would come in to our regional offices and our regional office staff would work them up. We would review them as a group across the agency and recommend them or not to the minister for their approval.

The Lobster Academy was one that I was not directly involved in, but we were certainly well-informed as to its progress. The information that we have in terms of the results of the Lobster

Les transformateurs connaissaient plutôt bien le programme, mais certains groupes communautaires ou certains groupes de pêcheurs locaux n'avaient pas ce genre d'expérience ou de relation avec nous. Donc, nous avions le sentiment qu'il était nécessaire de passer plus de temps avec eux.

Ce que j'ai observé, à titre de coordonnateur de cette initiative, c'est que j'ai eu l'impression que la courte durée du programme a obligé les joueurs de l'industrie qui n'avaient pas l'habitude de collaborer à redoubler d'ardeur et à établir des partenariats, ce qu'ils auraient toujours dû faire, mais n'ont jamais fait. J'ai toujours cru que si le programme avait été plus long, cette obligation de travailler ensemble n'aurait pas existé et nous n'aurions pas vu une aussi grande collaboration. En fin de compte, nous sommes d'avis que cette initiative a permis d'appuyer un bon nombre de projets importants qui, nous l'espérons, contribueront à la viabilité à long terme de l'industrie du homard au Canada atlantique.

Le président : Merci, monsieur AuCoin. Nous vous avons accordé un peu plus de temps que ce que nous faisons habituellement, mais étant donné que vous êtes à l'APECA et que vous êtes liés à ces questions depuis si longtemps, les sénateurs tenaient à entendre tous les détails. Il y en a eu beaucoup, et je suis certain que cela a soulevé beaucoup de questions.

Le sénateur Hubley : Soyez les bienvenus. Vous nous avez fourni beaucoup d'informations aujourd'hui. Il est à espérer que nous en ferons bon usage dans le cadre de notre étude sur l'industrie du homard.

L'initiative pour l'industrie du homard du FAC est un programme formidable. Je pense que vous avez probablement été le catalyseur qui a permis d'entreprendre beaucoup de choses liées à cette industrie de la région de l'Atlantique.

Un des projets a été entrepris lors de la création de la Lobster Academy Ltd., qui était chargée de la prestation d'un programme à l'usine de St. Andrews, au Nouveau-Brunswick. Il s'agissait d'un programme sur la traçabilité, la viabilité, l'attestation et la fixation des prix selon la demande — toute une gamme de renseignements. J'aimerais savoir qui y est allé, qui y a assisté et je veux aussi savoir si le financement s'est terminé en mars 2011. Le programme est-il toujours viable? Existe-t-il toujours? Est-il appuyé par l'industrie ou, peut-être, par les membres?

M. AuCoin : Ce sont de bonnes questions. J'aurais peut-être dû le mentionner pendant mon exposé. Mon rôle était de coordonner l'initiative globale. J'ai participé plus directement à certains projets — dont celui sur la traçabilité dont j'ai parlé — en raison de leur caractère panatlantique. En général, les quelque 26 autres projets venaient de la base. Donc, les demandes étaient présentées à nos bureaux régionaux et c'est le personnel de ces bureaux qui les mettaient en oeuvre. Les demandes étaient examinées en groupe au sein de l'agence et ensuite, nous recommandions ou non leur approbation par le ministre.

Je n'ai pas participé directement au projet de la Lobster Academy, mais nous étions évidemment bien informés des progrès réalisés. Voici les renseignements que nous avons sur les

Academy program is the following. What was completed under the project is a 1200-square-foot executive-style training meeting room, containing a fully furnished test kitchen to be used for seafood preparation, demonstrations and training. That was the key focal point of that project. I guess the real innovative part is that it is a one-of-a-kind training program for lobster buyers from all corners of globe and is offered on a single campus through a classroom training environment.

The proponents developed programming or modules to promote new techniques for fishing, holding, processing and marketing lobster. It was not just how to cook lobster but it was really, from the boat up to the kitchen, all the techniques that are recommended to have a better quality product.

The project account manager tells us that six successful lobster buyer missions have been held at the academy since this project was initiated and that the largest event hosted buyers from all over the globe. We are seeing this sort of spillover into other aspects of the fisheries because it is located in the southwestern part of New Brunswick. Some of the experience that was drawn from this from the lobster industry was being used for the salmon industry and for other parts of the industry.

I do not know if it was Geoff Irvine or someone else from the Lobster Council of Canada who talked in their presentation about some of the situations that they have actually been involved in at the academy as well. There were a number of partners involved in this. I do not have the full list here, but I know there were private sector interests. The Government of New Brunswick was also involved and I believe the Huntsman institute was also involved as well to get this project going. This was one of our more complicated ones. This one came back various times at our review committee internally because we wanted to make sure that this was not a facility that was going to be benefiting only one company. We wanted it to be open and accessible to all companies in the lobster industry across Atlantic Canada. Again, based on what we are told and what we have been given in terms of results and reports, that is the kind of thing we are seeing.

Senator Hubley: Further to that, I am also interested in the Atlantic brand of lobster as being the best in the world. It is important that we have places that buyers can find out this for themselves, but how much sharing goes on between the industry from research and innovation? How long does it take for that to be part of a trade mission? Do you talk about traceability when you are speaking about lobsters on these trade missions? It seems to me that in this day and age, traceability and accountability are pretty high on what people are going to expect. I am wondering if you might comment on that.

Mr. Nowlan: I think it is an excellent point; it is a fair question around traceability. I have two answers that I want to make to your question. In terms of the Atlantic branding, that was a big

résultats du programme de la Lobster Academy : le projet a permis la création d'une salle de réunion et de formation haut de gamme de 1 200 pieds carrés dans laquelle il y a une cuisine d'essai destinée à la préparation, à la démonstration et à la formation en ce qui a trait aux fruits de mer. C'est l'élément clé du projet. Je crois que l'aspect vraiment novateur, c'est qu'il s'agit d'un programme de formation unique pour les acheteurs de homard de partout dans le monde et qu'il est offert sur un campus unique, dans un milieu de formation semblable à celui d'une salle de classe.

Les intervenants ont créé des cours ou des modules visant à promouvoir de nouvelles techniques de pêche, de conservation, de traitement et de commercialisation du homard. Il ne s'agissait pas seulement de techniques de cuisson du homard; cela visait réellement toutes les techniques recommandées afin d'obtenir un produit de meilleure qualité, du bateau à la cuisine.

Le gestionnaire de comptes du projet nous a dit que depuis la création du projet, six missions auprès des acheteurs de homard ont été couronnées de succès et que des acheteurs de partout dans le monde ont participé à l'événement le plus important. Nous avons constaté que cela touche d'autres aspects des pêches parce que cela a lieu dans la partie sud-ouest du Nouveau-Brunswick. Une partie de l'expérience acquise dans l'industrie du homard est utilisée dans l'industrie du saumon et dans d'autres secteurs de l'industrie.

Je ne sais pas s'il s'agit de Geoff Irvine ou d'une autre personne, mais dans son exposé, un représentant du Conseil canadien du homard a parlé de certaines situations où des gens du conseil ont joué un rôle au sein de l'académie. Plusieurs partenaires ont participé au projet. Je n'ai pas la liste exhaustive avec moi, mais je sais qu'il y a eu des acteurs du secteur privé. Le gouvernement du Nouveau-Brunswick a aussi participé et je crois que l'institut Huntsman a aussi participé à la mise en oeuvre du projet, qui est l'un des plus complexes. Le projet a été utilisé plusieurs fois par notre comité d'examen, car nous voulions nous assurer que ces installations ne profiteraient pas seulement à une entreprise. Nous voulions que toutes les entreprises de l'industrie du homard du Canada atlantique y aient accès. Encore une fois, d'après ce qu'on nous a dit et selon les résultats et les rapports qui nous ont été présentés, c'est ce que nous constatons.

Le sénateur Hubley : J'aimerais aussi en savoir davantage sur l'image de marque du homard de l'Atlantique, qui est considéré comme le meilleur au monde. Il est important d'avoir des endroits où les acheteurs peuvent prendre connaissance de ce fait eux-mêmes, mais qu'en est-il du partage au sein de l'industrie en ce qui concerne la recherche et l'innovation? Combien de temps faut-il pour que cela soit intégré à une mission commerciale? Lorsque vous parlez du homard dans le cadre de ces missions, abordez-vous la question de la traçabilité? Il me semble qu'actuellement, la traçabilité et la reddition de comptes se trouvent assez haut dans la liste des attentes des gens. Je me demande si vous auriez des commentaires à ce sujet.

M. Nowlan : Je pense que c'est un excellent point; il s'agit d'une très bonne question sur la traçabilité. La réponse à votre question comporte deux volets. Pour ce qui est de l'image de marque du

part of the CAF lobster and marketing initiatives and trying to get into new export markets. We spoke specifically about the Chinese market and establishing that brand. In all food products these days the idea of traceability is paramount. When you are selling it to export markets, they are looking for that kind of thing. Definitely that is what we talk about.

Do you have anything to add about traceability?

Mr. AuCoin: Regarding this focus on the traceability part, there is yet to be a fully implemented, across-the-board traceability system for the lobster fishery in Atlantic Canada. I know that there have been discussions and as much information as can be shared from the pilot projects that we have done as part of the CAF Lobster Initiative in trade missions that we have supported, but it is not something that we can talk about with broad application for the industry.

However, just recently we supported a new project with the Lobster Council of Canada to continue the work to implement this ideal of a more comprehensive traceability approach that could apply to the overall lobster industry in Atlantic Canada. We know, with the good work that the Lobster Council has done so far, that they will be able to muster the required resources in the industry to keep things evolving for a good solid traceability project or system to be implemented.

We have had some good results from the traceability pilots, but I think it needs to be taken to the next level so that all aspects that are required under traceability can be fulfilled by this new system.

Senator MacDonald: I think I will concentrate on some of the marketing projects. I have a particular interest in that and how successful they are.

I am assuming there is a correlation between the money spent and the activity in China in the last couple of years and the increase in sales there. Can you break it down more? They are promoting both frozen and live lobster. How does that break down?

Mr. AuCoin: That is one of the dividing lines in the industry. We actually had to do a number of projects to deal with both aspects of the industry. The ones that I mentioned in my presentation that involved the Government of New Brunswick and P.E.I. obviously focused on frozen lobster. That is the main type of product that they deal with, and they focused on a certain segment of the Chinese market.

homard de l'Atlantique, cela a été une partie importante des initiatives du FAC par rapport à l'industrie du homard, à la commercialisation et à la recherche de nouveaux marchés d'exportation. Nous avons parlé en particulier du marché chinois et de l'établissement de cette image de marque. De nos jours, pour tous les produits alimentaires, le principe de la traçabilité est d'une importance capitale. Lorsque vous vendez un produit sur les marchés étrangers, c'est ce que les gens recherchent. Il ne fait aucun doute qu'il s'agit là d'une question dont nous discutons.

Avez-vous quelque chose à ajouter au sujet de la traçabilité?

M. AuCoin : En ce qui concerne le fait de mettre l'accent sur l'aspect de la traçabilité, l'industrie du homard du Canada atlantique n'est pas encore dotée d'un système de traçabilité global. Je sais qu'il y a eu des discussions et que nous avons transmis le plus d'informations possible au sujet des projets pilotes que nous avons menés dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC lors des missions commerciales que nous avons financées, mais nous ne pouvons pas dire qu'il s'agit de quelque chose qui est largement répandu dans l'industrie.

Cependant, nous avons récemment donné notre appui au Conseil canadien du homard pour un nouveau projet visant à poursuivre les efforts pour l'implantation de cet idéal que représente une approche plus globale en matière de traçabilité dans l'ensemble de l'industrie du homard au Canada atlantique. Étant donné le bon travail qu'a fait le Conseil canadien du homard jusqu'à maintenant, nous savons qu'il sera en mesure de rassembler les ressources nécessaires au maintien des progrès en ce qui a trait à la mise en oeuvre d'un projet ou d'un système de traçabilité fiable.

Nous avons obtenu de bons résultats des projets pilotes sur la traçabilité, mais je pense qu'il faut passer au prochain niveau si on veut que le nouveau système satisfasse à toutes les exigences en matière de traçabilité.

Le sénateur MacDonald : Je pense que je vais me concentrer sur certains projets de commercialisation. J'ai un intérêt particulier pour ces projets et leurs résultats.

Je suppose qu'il existe un rapport entre l'argent qui est dépensé, les activités en Chine des deux ou trois dernières années et l'augmentation des ventes qu'on y observe. Pouvez-vous nous donner une ventilation plus précise? On y fait la promotion de homard congelé et de homard vivant. Comment est-ce réparti?

M. AuCoin : C'est là où l'on observe un des écarts au sein de l'industrie. En fait, nous avons dû faire plusieurs projets pour traiter des deux volets de l'industrie. Ceux dont j'ai parlé pendant mon exposé, auxquels les gouvernements du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard ont participé, étaient axés sur le homard congelé, évidemment. C'est l'un des principaux produits de ces provinces, et elles se sont concentrées sur un secteur précis du marché chinois.

We did another substantial project with a group in Nova Scotia for live lobster that focused on a different segment of the Chinese market. It was the second tier city project, and it did not conflict with other private sector interests that were already involved in China.

We were able to complete the first phase of that project. That is one of projects in which we were looking at a second phase, but the two-year time frame under the CAF Lobster Initiative worked against us and did not allow us to continue with the second phase of that second tier city project in China for the live lobster from Nova Scotia.

In both instances, as I said when I mentioned some of the results for the frozen lobster projects that we did with New Brunswick and P.E.I., we certainly saw great results with good uptake and a lot of interest. It is one of the few projects for which the head of the Maritime Fishermen's Union meeting went out of his way to congratulate me, saying that these projects have made a real difference for companies in our area in opening the doors to penetrate markets such as China.

It is very a challenging place and we had to deal with all kinds of issues. Developing a brand in China that will not be replicated or stolen by other interests there is not easy. However, with the relationships and connections we developed and the activities we carried out in the marketplace, we feel we had a better impact than just randomly throwing product into the market.

Senator MacDonald: Where do you think the biggest market share will come from?

Mr. AuCoin: I wish I could tell you that, but it is really not possible for me to say. We wanted to be sure we had a balance with the two types into the Chinese market. Obviously technologies have improved. Some of the technology investments that we have made under the CAF Lobster Initiative are being looked at to get that live product into the Chinese market in better shape but, as Mao would say, it is still too early to say what the results will be.

Senator MacDonald: Do you have measurements for how successful the promotional campaigns in four Canadian cities and five international ports have been as well as the native one in Arizona?

Mr. AuCoin: I mentioned the ones for China that we did with New Brunswick and P.E.I. The Aboriginal one was mainly from P.E.I. They took part in a trade mission and some of our staff joined them during that mission.

Avec un groupe de la Nouvelle-Écosse, nous avons mené un autre projet important, pour le homard vivant. Le projet visait un autre secteur du marché chinois. C'était le projet pour les villes de taille moyenne et cela n'a pas nui aux autres intérêts des entreprises du secteur privé déjà présentes en Chine.

Nous avons terminé la première phase de ce projet. Il s'agit d'un des projets pour lesquels nous préparions la deuxième phase, mais le délai de deux ans accordé dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC nous a nui et a empêché la mise en oeuvre de la deuxième phase du projet sur les villes de taille moyenne en Chine, en ce qui concerne le homard vivant de la Nouvelle-Écosse.

Dans les deux cas, comme je l'ai dit quand je vous ai mentionné certains des résultats obtenus pour les projets sur le homard congelé que nous avons réalisés en collaboration avec le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard, nous avons de toute évidence obtenu d'excellents résultats, une bonne participation et suscité beaucoup d'intérêt. Il s'agit d'un des rares projets pour lesquels le président de l'Union des pêcheurs des Maritimes a tenu à me féliciter; il a dit que ces projets ont réellement permis aux entreprises de la région d'avoir accès à des marchés comme celui de la Chine.

C'est un endroit très complexe et nous avons été confrontés à toutes sortes de problèmes. Créer en Chine une image de marque qui ne sera pas copiée ou volée par d'autres parties intéressées n'est pas facile. Cependant, grâce aux relations et aux contacts que nous avons établis et grâce à nos activités dans le marché, nous avons l'impression d'avoir obtenu de meilleurs résultats que si nous avions tout simplement mis en marché un produit, sans préparation.

Le sénateur MacDonald : À votre avis, quel secteur aura les plus importantes parts de marché?

M. AuCoin : J'aimerais bien pouvoir vous le dire, mais ce n'est pas vraiment possible. Nous tenions à nous assurer d'avoir un équilibre entre les deux produits sur le marché chinois. Manifestement, les technologies se sont améliorées. Certains investissements en technologie que nous avons faits dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC sont étudiés pour faire en sorte que le produit vivant arrive sur le marché chinois dans un meilleur état, mais, comme le dirait Mao, il est encore trop tôt pour dire quel sera le résultat.

Le sénateur MacDonald : Avez-vous des mesures pour évaluer la réussite des campagnes de promotion dans les quatre villes canadiennes et les cinq ports internationaux, ainsi qu'auprès des tribus en Arizona?

M. AuCoin : J'ai parlé de celles que nous avons effectuées pour la Chine, en collaboration avec le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard. La campagne de promotion auprès des Autochtones était principalement une initiative de l'Île-du-Prince-Édouard. Les représentants provinciaux ont pris part à une mission commerciale, et certains de nos employés se sont joints à eux dans le cadre de la même mission.

We have not been given a precise account of any specific sales increases since then, but the client does tell us that they have made really good contacts that they think will lead to new opportunities in Las Vegas, I believe, and some other place in the southern part of the United States.

Senator MacDonald: What about domestic and international ports?

Mr. AuCoin: That was part of the Flavorful foods example I mentioned in my presentation. On one of the last slides we see that the 18 companies that took part saw sales increases of \$2.1 million in 2011 and \$5.2 million in 2012 and 2013.

I have a detailed account of all the activities they undertook in that project, and I can certainly share that with members of the committee.

The Chair: You can provide it to the committee clerk after and we can distribute it to all our members.

Senator MacDonald: We had Michael Gardner in from Gardner Pinfold two weeks ago, and he raised some concerns regarding the funding of trade missions by the federal government and competing with private sector interests. What is your take on that? If we did not go with trade missions, what would you suggest we do?

Mr. Nowlan: The trade missions are a partnership between us and the private sector. Our perspective is that it is not so much about competing with the private sector interest. We fund for the infrastructure around the trade mission. Private sector companies pay all their costs to get there. We provide infrastructure support, i.e., providing a facility or a facilitator to find a matchmaking service to match them up with buyers in the foreign market or to help them with booth space at a trade show or that kind of thing. It is a partnership between us and them. It is not us taking the place of the private sector, but rather supporting them. It is open to those that are ready, willing and able to go to those markets.

There is a bit of triage that happens. We want to make sure that the private sector partners we work with are ready. That is a big part of it. In the early days of trade missions with ACOA and other departments, companies were going to these places before they were market ready, and it was detrimental to their brand when they went without putting their best foot forward. We take them through the continuum to help them to be ready when they get there and then provide them with infrastructure support. However, it is really them leading the initiative in terms of paying their own way and being part of it.

On ne nous a pas donné un relevé précis des ventes pour voir s'il y a eu une augmentation depuis, mais le client nous a informés qu'il a établi de très bons contacts qui, d'après lui, ouvriront la voie à de nouveaux débouchés à Las Vegas, je crois, et dans d'autres régions dans le sud des États-Unis.

Le sénateur MacDonald : Qu'en est-il des ports nationaux et internationaux?

M. AuCoin : Cela faisait partie du projet Flavorful Foods, dont j'ai parlé dans mon exposé. Une des dernières diapositives montre que les 18 entreprises qui y ont participé ont vu leurs ventes augmenter de 2,1 millions de dollars en 2011 et de 5,2 millions de dollars en 2012 et en 2013.

J'ai un relevé détaillé de toutes les activités qu'elles ont menées dans le cadre de ce projet, et je serai certainement ravi d'en faire part aux membres du comité.

Le président : Vous pourrez le remettre à la greffière, et nous le distribuerons à tous les membres du comité.

Le sénateur MacDonald : Nous avons reçu Michael Gardner de Gardner Pinfold il y a deux semaines, et il a soulevé des préoccupations concernant le financement des missions commerciales par le gouvernement fédéral et le fait que cela entre en concurrence avec les intérêts du secteur privé. Quelle est votre position à ce sujet? À défaut d'appuyer les missions commerciales, que devrions-nous faire, à votre avis?

M. Nowlan : Les missions commerciales constituent un partenariat entre le secteur privé et nous. De notre point de vue, il n'agit pas tant d'entrer en concurrence avec les intérêts du secteur privé. Nous finançons l'infrastructure qui entoure la mission commerciale. Les entreprises du secteur privé paient toutes leurs dépenses pour pouvoir y participer. Nous offrons un soutien en matière d'infrastructure; par exemple, nous leur fournissons une installation ou un facilitateur pour trouver un service de jumelage afin de les relier à des acheteurs sur un marché étranger ou de les aider avec l'espace de kiosque dans une foire commerciale et tout le reste. Il s'agit donc d'un partenariat entre le secteur privé et nous. Nous ne cherchons pas à prendre la place du secteur privé; au contraire, nous l'appuyons. Les missions commerciales s'adressent aux entreprises qui ont la volonté et la capacité de conquérir ces marchés.

Le tout est un peu soumis à un triage. Nous voulons nous assurer que les partenaires du secteur privé avec lesquels nous travaillons sont fin prêts. C'est un aspect très important. Dans le cadre des premières missions commerciales avec l'APECA et d'autres ministères, les entreprises se rendaient à ces endroits sans être prêtes à la mise en marché, ce qui nuisait à leur image de marque parce qu'ils n'arrivaient pas à se mettre en valeur. Nous les aidons à franchir chaque étape du processus afin qu'elles soient prêtes, puis nous leur offrons un soutien en matière d'infrastructure. Toutefois, ce sont les entreprises qui dirigent l'initiative puisqu'elles paient leurs dépenses pour prendre part aux missions.

Senator Raine: I imagine that your biggest competition when marketing live lobster in China is from New Zealand and Australia? From where else are live lobster sold in China?

Mr. AuCoin: That is a good question. I do not have a full market assessment, but based on all the reports I have seen, the primary sources identified as competition in the Chinese market are Australia and New Zealand.

Senator Raine: It strikes me that you are a long way from that market and that the markets in Europe, Brazil and Argentina are closer. With time being of the essence in live lobster, how will you determine whether it is worth it to be in that market?

Mr. Nowlan: That is one of the outcomes of this initiative. As we have mentioned, we have seen some success in the Chinese market, but as with all the sectors that we work with, we have to analyze to determine whether a location is the best place for us to be, and that is something we will be working on as well. You raise an excellent question that we ask all the time, be it about lobsters going to China or educational institutions going to India.

Mr. AuCoin: We do what we can to keep this as market driven as possible. We invested in these projects for China and we have seen some positive results. However, as a result of some exploratory missions in India, without prompting from us, the interest there was for Atlantic Canadian shellfish, both live and frozen. This has now been added on as a focus for some of the trade missions that we are going into India for because, again, we are just seeing that demand from the market in India for the lobster product from Atlantic Canada. Yes, we know it is a world away, but it is kind of forcing this transition with the new technologies to be able to access those huge markets.

Senator Raine: Are the marketing efforts also looking at the market in the tourism industry in the Caribbean where there are a lot of high-end resorts? They would seem to be a natural lobster-eating clientele.

Mr. Nowlan: I cannot say that is an area focused on at this point in time.

Mr. AuCoin: I cannot really speak to that. I mentioned the efforts in Miami that we focused on. I know we have trade missions that are focused on the Caribbean. I just cannot say to what extent fisheries or fish products are part of those missions.

Senator Raine: I was down in the Bahamas only once, and I got tired of eating rice and beans.

Le sénateur Raine : Je suppose que, dans le cadre de la commercialisation du homard vivant en Chine, vos plus grands concurrents viennent de la Nouvelle-Zélande et de l'Australie, n'est-ce pas? Quels autres pays vendent du homard vivant à la Chine?

M. AuCoin : C'est une bonne question. Je n'ai pas une évaluation complète du marché, mais d'après tous les rapports que j'ai lus, les principales sources de concurrence sur le marché chinois sont l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Le sénateur Raine : Ce qui me frappe, c'est que vous êtes bien loin de ce marché et que les marchés en Europe, au Brésil et en Argentine en sont plus proches. Comme le facteur temps est essentiel dans le commerce du homard vivant, comment déterminerez-vous s'il vaut la peine d'avoir une présence sur ce marché?

M. Nowlan : C'est l'un des résultats de cette initiative. Comme nous l'avons dit, nous avons connu succès sur le marché chinois, mais à l'instar de tous les secteurs avec lesquels nous collaborons, nous devons effectuer des analyses afin de déterminer si un emplacement est le meilleur endroit pour nous, et c'est un aspect sur lequel nous nous pencherons également. Vous soulevez une excellente question que nous nous posons tout le temps, qu'il s'agisse de la vente du homard en Chine ou des établissements d'enseignement qui se rendent en Inde.

M. AuCoin : Nous faisons tout en notre pouvoir pour faire en sorte que les efforts demeurent, dans la mesure du possible, axés sur le marché. Nous avons investi dans ces projets pour la Chine et nous avons obtenu des résultats positifs. Toutefois, à la suite de quelques missions d'exploration en Inde, sans aucune intervention de notre part, nous avons découvert que le marché là-bas s'intéresse aux crustacés du Canada atlantique, à la fois vivants et congelés. Toutefois, ce produit n'a pas été ajouté au programme des missions commerciales menées en Inde, car, encore une fois, nous venons tout juste de voir une demande pour le homard du Canada atlantique sur le marché en Inde. Oui, nous sommes conscients que c'est à l'autre bout du monde, mais les nouvelles technologies nous forcent, en quelque sorte, à faire cette transition et nous permettent d'accéder à ces marchés immenses.

Le sénateur Raine : Dans les efforts de marketing, tenez-vous également compte de l'industrie touristique aux Caraïbes où l'on trouve beaucoup de centres de villégiature haut de gamme? Ceux-ci semblent naturellement présenter une clientèle qui consomme du homard.

M. Nowlan : Je ne peux pas dire s'il s'agit d'une des régions visées pour l'instant.

M. AuCoin : Je ne peux pas vraiment me prononcer là-dessus. J'ai parlé des efforts à Miami. Je sais que nous avons des missions commerciales axées sur les Caraïbes. Par contre, j'ignore dans quelle mesure le secteur des pêches ou les produits du poisson font partie de ces missions.

Le sénateur Raine : Je suis allée aux Bahamas rien qu'une fois, et j'étais tannée de manger du riz et des fèves.

Senator Harb: To what extent do you contribute financially to the industries? To what extent do you cooperate or coordinate with the Department of Fisheries and Oceans?

Mr. AuCoin: Well, listen, for an initiative like CAFLI, we did not do anything without collaborating and consulting with the Department of Fisheries and Oceans. As I said, our fisheries policy is intrinsically linked to their own kind of management regime. We will not invest in the fisheries industry without consulting with DFO and getting their views on projects.

For this industry and for this initiative in particular, it is very close collaboration, but I would apply that even more broadly to other investments that we make in the fisheries. Our policy at ACOA dictates that we need to consult with the Department of Fisheries and Oceans before we make investment.

Mr. Nowlan: We consulted closely with them in the design of the program, generally, what we want to do, the parameters and how it will roll out. As we mentioned, it is on a project-by-project basis, and this is across all sectors. It is our standard practice to consult with the technical experts in whatever department it is, be it DFO or Ag Canada to make sure we are on the right page from a management perspective.

Senator Harb: In your presentation in the paragraph “Lessons Learned,” you did an excellent job in putting the story before us.

In “Lessons Learned,” you talk about the challenging nature of the industries, and you give an example, namely, a “high level of fragmentation and mistrust amongst stakeholders” — and you put that in brackets — “required a significant level of coordination from ACOA officials as well as dedicated staff.” To me, at least, being a consumer and not knowing much about the industry, this statement said it all. Is that true?

Mr. AuCoin: It was certainly a loaded bullet in that slide, yes. I have read most of the testimony that you have had so far on this study you are doing, and you have heard various aspects of those challenges and that mistrust permeates the industry between the harvesters and the processors, between the industry and government and between one province and another. I just sort of mentioned it in passing, but we introduced a new aspect of our review process for these CAF lobster projects that we do not normally have for these types of non-commercial projects. That was an internal review committee that was composed of people from head office and each of our regional offices, so that when projects were submitted, we were able to look at it not just for the economic benefits that it might have in one province but also for the potential competitive impacts it would have in another

Le sénateur Harb : Dans quelle mesure contribuez-vous financièrement aux industries? À quel point assurez-vous une collaboration ou une coordination avec le ministère des Pêches et des Océans?

M. AuCoin : Eh bien, écoutez, pour une initiative comme l’initiative pour l’industrie du homard du Fonds d’adaptation des collectivités, nous avons tout fait en collaboration et en consultation avec le ministère des Pêches et des Océans. Comme je l’ai dit, notre politique sur les pêches est étroitement liée au régime de gestion du ministère. Nous n’investirons pas dans l’industrie de la pêche sans consulter le MPO et sans obtenir son opinion sur les projets.

Pour cette industrie et pour cette initiative en particulier, il y a une collaboration très étroite, mais je dirais que ce constat s’applique de façon encore plus générale à d’autres investissements que nous effectuons dans le secteur des pêches. En vertu de la politique de l’APECA, nous devons consulter le ministère des Pêches et des Océans avant de faire un investissement.

M. Nowlan : Nous avons consulté étroitement le ministère au moment de concevoir le programme afin de déterminer, en général, nos objectifs, les paramètres et la façon de s’y prendre pour le déploiement. Comme nous l’avons dit, nous examinons les projets au cas par cas, et ce, dans tous les secteurs. Nous avons pour pratique courante de consulter des experts techniques dans n’importe quel ministère, qu’il s’agisse du MPO ou d’Agriculture Canada, afin de nous assurer que nous sommes sur la bonne voie du point de vue de la gestion.

Le sénateur Harb : Dans votre présentation, à la diapositive intitulée « Leçons tirées », vous avez fait un excellent travail en nous expliquant la situation.

Dans la diapositive en question, vous parlez de la complexité des industries, et vous donnez un exemple, notamment « le niveau élevé de fragmentation et la méfiance parmi les parties prenantes », remarque que vous mettez entre parenthèses. Vous dites que cela « a nécessité beaucoup de coordination de la part des représentants de l’APECA et le dévouement des membres du personnel. » À mes yeux, du moins, en tant que consommateur qui ne connaît pas grand-chose au sujet de l’industrie, cette déclaration est fort révélatrice. N’est-il pas vrai?

M. AuCoin : Cette diapositive était bien chargée, en effet. J’ai lu la plupart des témoignages que vous avez reçus jusqu’à présent dans le cadre de cette étude, et vous avez entendu parler de ces défis sous différents angles. Il y a une méfiance dans le secteur, entre les pêcheurs et les entreprises de transformation, entre l’industrie et le gouvernement et entre une province et une autre. J’ai mentionné ce point en passant, mais sachez que nous avons ajouté un nouvel aspect à notre processus d’examen pour les projets liés à l’industrie du homard dans le cadre du FAC; il s’agit d’une mesure que nous ne prenons pas normalement pour ces types de projets non commerciaux. Nous avons créé un comité d’examen interne, composé de représentants du bureau principal et de chacun de nos bureaux régionaux; ainsi, nous étions en mesure d’examiner les projets soumis non seulement du point de vue des retombées

province or the negative kind of spinoffs that it could create in another aspect of the industry. In some cases, we had to bring people together, as I mentioned, for the traceability project, and get them in the same room and make them agree to a common approach that reconciled all the different interests.

That is not something that we normally do on a regular basis for the standard projects that we do, but given the complexities of this industry, we needed to do that, and it required that extra level of coordination and that extra person we needed to bring into head office to keep things moving and bringing in the right players so that we could address those concerns.

Senator Harb: Knowing what we know, there are issues and you have outlined them. There are approximately 20,000 people with licences, and it could be more or slightly less. Knowing all that, does there need to be some sort of leadership, someone to step in and say, “Hold it, we have to put a stop to this and come up with a strategy”?

I look at products that are the envy of the world, such as Canadian maple syrup. Wherever you go, maple syrup is associated with Canada; and Angus beef, a great cut of meat. Well, what about Canadian lobsters? We should probably step back with it and say we have one of the best products in the world when it comes to this type of meat, but we probably have way too many players chasing very few lobsters. Let us have a chat. Is it possible, for example, for ACOA to step in and say, “We do not need that many in this; we need to diversify and we want people to move into this type of industry, for example, shrimp, or other types of industry”? I know it is controversial and I know people will be screaming at you, but we need to talk about it and I think that is the committee’s role.

Perhaps you can enlighten us and tell us who, in your opinion, would be the best entity to take a leadership role and get that discussion going?

Mr. Nowlan: That is a good question. The bottom line is for the federal role, in terms of managing the fisheries, it is the responsibility of the Department of Fisheries to manage that. Our role at ACOA is more about the value added in getting the products to market and how to deal with that.

Having said that, as Mr. AuCoin mentioned, a big part of the CAF Lobster Initiative was the sustainability plans done in various fisheries zones and areas. That is exactly what that was about — having the folks in those areas themselves in partnership with other players like the federal and provincial governments looking at the fishery and saying, “What needs to be done in our area? What is happening in terms of the amount of fish and the amount of fishers we have? What is the long-term plan?” Some of that is being implemented now in some of these areas, and when

économiques possibles dans une province donnée, mais aussi selon les impacts potentiels sur la concurrence dans une autre province ou les incidences négatives qui pourraient en découler dans un autre segment de l’industrie. Dans certains cas, nous avons dû rassembler des gens, comme je l’ai dit, dans le cadre du projet de traçabilité et les amener à s’entendre sur une approche commune qui permettait de concilier tous les différents intérêts.

Il ne s’agit pas d’une mesure que nous prenons régulièrement pour les projets habituels que nous menons, mais en raison des complexités de l’industrie, nous avons dû procéder ainsi, et il a fallu une coordination beaucoup plus poussée et une personne supplémentaire au bureau principal pour faire avancer les choses et rassembler les bons acteurs pour que nous puissions répondre à ces préoccupations.

Le sénateur Harb : Compte tenu de ce que nous savons, il y a des enjeux, et vous en avez parlé. Il y a, plus ou moins, 20 000 détenteurs de permis. Sachant cela, faut-il une sorte de leadership, c’est-à-dire une personne dont le rôle serait de mettre un terme à cette situation et de trouver une stratégie?

Je pense à des produits qui font l’envie du monde, comme le sirop d’érable canadien. Où qu’on aille, les gens associent le sirop d’érable au Canada, de même que le bœuf Angus, cette excellente coupe de viande, mais qu’en est-il du homard canadien? Nous devrions peut-être prendre du recul et dire que nous avons un des meilleurs produits du monde en ce qui concerne ce type de viande, mais il y a probablement beaucoup trop de joueurs qui courent après une quantité très limitée de homards. Un dialogue s’impose. Est-il possible, par exemple, que l’APECA intervienne en disant : « Nous n’avons pas besoin de tant d’intervenants; nous devons diversifier le marché et nous voulons que les gens passent à ce type d’industrie, par exemple, l’industrie des crevettes »? Je sais que c’est controversé et que les gens viendront crier après vous, mais nous devons en parler, et je pense que c’est justement le rôle du comité.

Vous pourriez peut-être nous éclairer à ce sujet et nous dire qui, selon vous, serait la meilleure entité pour assumer un rôle de leadership et entamer cette discussion?

M. Nowlan : C’est une bonne question. Au fond, à l’échelle fédérale, pour ce qui est de la gestion des pêches, cette responsabilité incombe au ministère des Pêches. L’APECA, quant à elle, a pour rôle d’assurer la valeur ajoutée, c’est-à-dire de mettre les produits sur le marché et de déterminer comment s’y prendre à cette fin.

Cela dit, comme M. AuCoin l’a mentionné, l’initiative pour l’industrie du homard du FAC reposait, en grande partie, sur les plans de durabilité élaborés dans les diverses zones et régions de pêche. C’était exactement ce qu’on visait — amener les gens dans ces régions, en partenariat avec d’autres acteurs comme les gouvernements fédéral ou provinciaux, à examiner eux-mêmes le secteur des pêches et à se poser des questions comme : « Qu’est-ce qui s’impose dans notre région? Quelle est la situation actuelle en ce qui concerne la quantité de poisson et le nombre de pêcheurs

DFO introduced the policy of buying back some fishing licences, in some parts it was based on the analysis of what is happening in a particular zone around the fishery.

Mr. AuCoin: We have mentioned them a few times today, and I know you met with them a couple of weeks ago, but we cannot underestimate the value of the Lobster Council of Canada. I was involved in the fisheries from the ACOA perspective for many years, and I recall a decade ago this call to have an industry summit for the lobster industry that would have allowed stakeholders to deal with issues. Well, that did not materialize just because there were so many different interests. The fact that there is a lobster council in place and that it is doing such a good job so far, I think is great. It is an important vehicle to have that sort of dialogue in the industry on structural issues.

We at ACOA were there at some of the initial discussions when the Lobster Council was formed. As you have seen in our projects, we have certainly been supporting them lock, stock and barrel in a number of strategic projects.

We really feel, and you heard it from DFO as well, that those discussions need to happen from the bottom up or within the industry. I am not sure what the results of any kind of initiative from above to impose a new structure would be, but I think the more we can do to support that kind of dialogue happening within the industry, the better the results will be.

The Chair: Thank you, Senator Harb. As our witnesses have said, I think it needs to come from within. Hopefully we can facilitate some of that through your organization and others.

Senator Oliver: My question is from page 6 of your deck, and it is about the CAF — Community Adjustment Fund — for lobster and the 27 projects for \$11.6 million. I know a bit about how it works because I personally have led several ACOA trade missions in various places, so I know what happens before, during and after, but I do have questions here.

The first is on page 6. You talk about the Miami trade mission and you say you spent \$40,000. You said that did not seem like a lot of money to you — it is to me — to teach a group of chefs how to use mussels and lobsters in a non-traditional way on their menus. Thirty-five people attended a presentation that cost \$40,000.

How do you go about evaluating the results of that? These are taxpayers' dollars — \$40,000. What kind of follow-up do you do? How do you evaluate it? How do we know what the value for

dans la région? Quel est le plan à long terme? » Une partie de ce travail est maintenant en cours dans certaines de ces régions. Lorsque le MPO a instauré la politique visant à racheter des permis de pêche, sa décision reposait, à certains égards, sur l'analyse de la situation des pêches dans une zone particulière.

M. AuCoin : Nous avons mentionné le Conseil canadien du homard à quelques reprises aujourd'hui, et je sais que vous avez rencontré ses représentants il y a quelques semaines, mais nous ne pouvons pas sous-estimer l'importance de cette organisation. Je m'occupe du dossier des pêches à l'APECA depuis bien des années et je me souviens qu'il y a dix ans, on avait réclamé la tenue d'un sommet pour l'industrie du homard qui aurait permis aux parties prenantes de régler des problèmes. Eh bien, cela ne s'est pas concrétisé du simple fait qu'il y avait beaucoup trop d'intérêts différents. Le fait que le Conseil du homard est en place et qu'il a fait un si bon travail jusqu'à présent est, selon moi, une très bonne chose. Il s'agit d'un mécanisme important pour susciter un dialogue, au sein de l'industrie, sur des problèmes structurels.

L'APECA était là, durant certaines des discussions initiales, lorsque le Conseil du homard a vu le jour. Comme vous l'avez constaté, nous l'avons certainement appuyé sans réserve dans un certain nombre de projets stratégiques.

Nous sommes convaincus que ces discussions doivent commencer à partir de la base, c'est-à-dire au sein de l'industrie; c'est d'ailleurs ce que les représentants du MPO vous ont également dit. J'ignore quels seraient les résultats d'une initiative qui impose une nouvelle structure en partant du haut, mais à mon avis, plus nous appuyerons ce genre de dialogue au sein de l'industrie, mieux seront les résultats.

Le président : Merci, sénateur Harb. Comme les témoins l'ont dit, je pense que cela devrait se produire à l'interne. Nous espérons pouvoir faciliter une partie de ces efforts grâce à des organisations comme la vôtre.

Le sénateur Oliver : Ma question porte sur la page 6 de votre présentation, et c'est au sujet de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC — le Fonds d'adaptation des collectivités — et des 27 projets qui ont coûté, en tout, 11,6 millions de dollars. Je sais un peu comment cela fonctionne parce que j'ai personnellement dirigé plusieurs missions commerciales de l'APECA dans différents coins du monde; bref, je sais ce qui se passe avant, durant et après ces événements, mais j'ai quelques questions à vous poser à ce sujet.

La première concerne la page 6. Vous parlez de la mission commerciale à Miami, pour laquelle vous affirmez avoir dépensé 40 000 \$. Vous avez dit que cette somme ne vous semblait pas énorme — ça l'est pour moi — et qu'elle a servi à enseigner à un groupe de chefs cuisiniers comment introduire les moules et le homard dans leurs menus de façon non traditionnelle. Trente-cinq personnes ont assisté à une présentation qui a coûté 40 000 \$.

Comment faites-vous pour évaluer les résultats de vos missions? On parle de 40 000 \$ de l'argent des contribuables. Quel genre de suivi faites-vous? Comment évaluez-vous le rapport

money was? What proof do you have that these chefs started buying a lot more lobsters and mussels and the 35 people who attended did something about it? Did marketing come from it? How do we know that the trip to Miami and the \$40,000 involved in it was worth the money?

My second question is on the second paragraph, the China trade mission. Here it provided funding to the New Brunswick Department of Agriculture, Aquaculture and Fisheries. All of the Atlantic provinces have a fisheries department, and I want to know why the New Brunswick department was involved and not P.E.I., Nova Scotia or Newfoundland and Labrador. You are Atlantic Canada, not just New Brunswick Canada, and a lot of this seemed New Brunswick-centric. We have a lot of lobsters in Nova Scotia where I am from, and I would have thought some of those fishermen could have been included in this as well.

Mr. Nowlan: I will start with a bit of context around your first question about the executive chefs, and then I will leave it to Mr. AuCoin to speak to some of the details of those two projects.

Senator Oliver: I mainly want to know how you evaluate your success.

Mr. Nowlan: We can evaluate the success generally across these things in a number of ways, but the reason we take this approach — and it is across the food and beverage sector generally — we know that these executive leading chefs are the ones who set the trends. Therefore, food people like chefs in leading restaurants and hotels and places across the world follow what these leading executive chefs do through their blogs and social media. Research is telling us that is what sets the trend. That is the purpose in terms of why we do these kinds of things.

In terms of tracking success, do you have any results specifically on that project, Mr. AuCoin?

Mr. AuCoin: Yes. Tracking success on trade missions is usually done through a survey of participants in the actual activity. It involves follow-up surveys weeks or month after the actual activity where we phone up the clients and ask them — like I outlined for Flavorful Foods — what they can attribute to the actual event or activities in which they took part.

This Miami one is very recent. I do not even know if we have gone to the step of doing that survey yet. We do have some project results based on the activities that did occur. There was the chef demo activity that took place.

Senator Oliver: Do you do the evaluations internally, or do you have an arm's length agent do the study and the research?

Mr. AuCoin: It is actually two things. There is the more immediate one that happens and then there is the longer term one.

qualité-prix? Avez-vous une preuve que les chefs qui ont participé à l'activité achètent beaucoup plus de homard et de moules et que les 35 personnes présentes ont réagi? La mission a-t-elle eu un impact sur le plan de la commercialisation? Comment faites-vous pour savoir que cette mission à Miami et que les 40 000 \$ investis en valaient la peine?

Ma deuxième question concerne la mission en Chine. On peut lire sur la diapositive qu'on a accordé du financement au ministère de l'Agriculture, de l'Aquaculture et des Pêches du Nouveau-Brunswick. Toutes les provinces de l'Atlantique ont un ministère des Pêches, alors j'aimerais savoir pourquoi seul celui du Nouveau-Brunswick a participé à cette mission au détriment de ceux de l'Île-du-Prince-Édouard, de la Nouvelle-Écosse ou de Terre-Neuve-et-Labrador. Vous représentez le Canada atlantique, pas seulement le Nouveau-Brunswick, pourtant vous semblez favoriser cette province. Il y a beaucoup de homard en Nouvelle-Écosse, d'où je viens. J'aurais cru que des pêcheurs de cette province auraient participé à cette mission.

M. Nowlan : Je vais d'abord vous donner un peu de contexte pour répondre à votre première question concernant les grands chefs, puis je laisserai à M. AuCoin le soin de vous donner des détails sur ces deux missions.

Le sénateur Oliver : J'aimerais surtout savoir comment vous faites pour évaluer le succès de vos missions.

M. Nowlan : Nous avons plusieurs façons de procéder. La raison pour laquelle nous avons choisi cette approche — et c'est habituellement l'approche utilisée dans le secteur des aliments et des boissons —, c'est que nous savons que les tendances sont amorcées par les grands chefs. Les chefs de partout sur la planète se servent des blogues et des médias sociaux pour suivre les grands chefs et leurs tendances. Les recherches nous apprennent que c'est ainsi que naissent les tendances. C'est la raison pour laquelle nous mettons sur pied de telles missions.

Monsieur AuCoin, auriez-vous des données précises sur le succès de ces missions?

M. AuCoin : Oui. On évalue habituellement le succès d'une mission en faisant un sondage téléphonique auprès des participants quelques semaines ou quelques mois après l'activité. Comme je l'ai souligné dans le cas de Flavorful Foods, on leur demande ce que la mission leur a apporté.

La mission à Miami est très récente. J'ignore si on a même procédé au sondage. Toutefois, on a des données sur les résultats de projets relatifs aux activités qui ont eu lieu, notamment la démonstration avec les chefs.

Le sénateur Oliver : Ces évaluations sont-elles faites à l'interne ou reprenez-vous les services d'un organisme indépendant pour effectuer l'étude et la recherche?

M. AuCoin : On effectue deux études, une peu de temps après l'activité et l'autre un peu plus tard.

The immediate one is something we do to capture the annual results that we need to produce on these projects, and an ACOA employee will actually call the client for that. Those are things that we will report on in our departmental performance report.

There is the longer term aspect as well, in which all of our programs are evaluated as per the Treasury Board policy on grants and contributions evaluations. For many years, we would use an outside consultant to do those evaluations. As part of recent efforts to consolidate our procedures, we have now moved to using internal staff, many of whom are recognized certified professional evaluators within the federal government, to do that sort of evaluation over the longer term, looking at the actual impact of these things.

Some of the results I can point out for that specific project were that the chef demo activity did take place at a private location near Miami Beach. Over 500 invitations with circulated to leading executive chefs, restaurant owners and other buyers. Thirty-five of those people actually ended up there, but again, the promotional aspect reached a wider audience.

The educational and promotional materials on the Atlantic Canada seafood industry were distributed. There were 100 USB keys including lobster and mussels, 101 manuals, 100 lobster manuals and 50 mussel manuals. Two industry representatives had speaking opportunities in front of an audience of people from the industry. We had the Consul General of Canada act as the master of ceremonies, and the outreach was done to these 35 advanced culinary students and leading instructors. That is what I can tell you about the Miami project.

When it comes to the more recent China trade mission project, the way we normally proceed with projects is we will use one proponent. For an initiative like that and with the number of companies involved, we would require that proponent to do a pan-Atlantic call for interests to be part of that initiative. I do not have the specific details of that one in particular, so I do not know the breakdown of the location of those 20 participants in that trade mission. Again, that is a very recent project, but it is certainly something I can follow up with you on if you are interested.

Senator Raine: Was that then a follow-up to the CAF done by Nova Scotia? There are two here from Nova Scotia.

Mr. AuCoin: Yes, I mentioned that. There were some we did in Nova Scotia focusing on live lobster, but there was a significant one that actually involved the province of New Brunswick under the CAF Lobster Initiative. It also involved the province of P.E.I. because it focused on fresh, but this newer one is indeed a follow-up to the ones we did under CAFLI in 2009-10. We were seeing a level of interest in the marketplace for what New Brunswick and P.E.I. had to offer for frozen products.

La première sert à compiler les résultats annuels que nous devons atteindre avec ces projets sur pied. Cette étude est menée par un employé de l'APECA qui communique directement avec le client. Les résultats sont ensuite publiés dans notre rapport ministériel sur le rendement.

La deuxième sert en fait à évaluer nos programmes conformément à la Politique du Conseil du Trésor en matière de subventions et de contributions. Pendant de nombreuses années, nous avons retenu les services de consultants externes pour effectuer ces études. Cependant, dans le cadre de nos efforts visant à consolider nos procédures, nous avons confié cette responsabilité à nos employés, dont bon nombre sont des évaluateurs professionnels accrédités reconnus au sein du gouvernement. Ce sont eux qui évaluent l'impact de nos missions.

Ce que je peux vous dire au sujet de cette mission, c'est que l'activité avec les chefs s'est déroulée dans un endroit privé, près de Miami Beach. Plus de 500 grands chefs, propriétaires de restaurants et autres acheteurs ont été invités. De ce nombre, 35 ont participé à l'activité, mais la promotion de l'activité a joint beaucoup de gens.

Du matériel éducatif et promotionnel sur l'industrie des produits de la mer du Canada atlantique a été distribué, notamment 100 clés USB contenant des renseignements sur le homard et la moule, 101 manuels, 100 manuels sur le homard et 50 sur la moule. Deux représentants de l'industrie ont pris la parole devant le groupe, et le consul général du Canada a agi à titre de maître de cérémonie. La présentation s'est déroulée devant 35 étudiants en techniques culinaires avancées et grands professeurs. C'est ce que je peux vous dire au sujet de la mission à Miami.

Concernant la plus récente mission en Chine, habituellement pour ce genre de projet, on retient les services d'un promoteur. Étant donné l'envergure du projet et le nombre d'entreprises concernées, on a demandé au promoteur de lancer un appel d'intérêt dans la région de l'Atlantique. Je n'ai pas de données précises sur cette mission en particulier, donc j'ignore d'où venaient les 20 participants. Encore une fois, cette mission a eu lieu très récemment, mais je pourrais vous faire parvenir cette information plus tard, si vous le désirez.

Le sénateur Raine : Donc, est-ce que c'était un suivi du FAC en Nouvelle-Écosse? Votre document parle de deux projets dans cette province.

M. AuCoin : Oui, je l'ai déjà dit. Il y a eu un projet sur le homard vivant en Nouvelle-Écosse, mais aussi un autre en particulier au Nouveau-Brunswick dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC auquel a aussi participé l'Île-du-Prince-Édouard, car elle portait sur le homard vivant. Mais, ce dernier était effectivement un projet de suivi de celui mené dans le cadre de l'IHFAC en 2009-2010. Il y a un intérêt sur le marché pour les produits congelés que peuvent offrir le Nouveau-Brunswick et l'Île-du-Prince-Édouard.

Senator Poirier: Thank you for being here. It is actually the second night in a row that I have sat in different committees and have had people from my home province of New Brunswick here. It is always nice to have fellow New Brunswickers come and meet with us. Thank you for your presentation.

I have a couple of questions. A couple have already been asked and answered, so I will skip those. My first question is on the slides on pages 9 and 10.

You talked about the CAF Lobster Initiative, where a total of \$10 million was provided to Atlantic Canada and Quebec, divided into \$8 million for Atlantic Canada and \$2 million for Quebec. Up above is the two-year program with a sunset date of March 31, 2011. The point above that says it was to help create jobs and employment opportunities in communities affected by the global recession.

Can you tell me how many jobs were created, if the jobs are still there today, and what types of jobs were created with this funding through the CAF program?

Mr. AuCoin: We did not track employment creation as a specific indicator under the Community Adjustment Fund. What we did is that at the time of receiving the application, projects that identified to us that had the greatest potential for job creation, those projects were the ones we gave the highest priority to. It was at the time of project assessment that we looked at job creation.

In the short period of time that we had, we knew it would be very difficult to have a standard kind of commonly accepted measure for job creation, so we focused instead on dollars leveraged and projects completed. We did not track employment creation. That was part of the directive we got from Treasury Board. The Department of Finance is the one that is responsible for producing an overall report on the cumulative economic impact of the economic action plan.

We at ACOA did not specifically measure jobs created as part of CAF or of the CAF Lobster Initiative. We just assessed them when they came in as project proposals.

Senator Poirier: I know you have not followed them, but do you know whether the projects were all short term, or are any of those projects ongoing today even though the funding from ACOA has ended?

Mr. AuCoin: That is another good question. There are a couple that come to mind. They all had to be short term and we had to follow the edict that they had to be completed by March 31.

We talked about the traceability project earlier on this evening. We know that project has continued in some form, even after the ACOA funding expired. It has been taken on by private sector interests. Some of the actual fishermen or fisher people who were using that technology have continued to use it. We heard Mr. Lamont say that he has been incorporating that in his marketing strategy. That, to me, is the clearest example of a

Le sénateur Poirier : Merci d'avoir accepté notre invitation. C'est ma deuxième réunion consécutive où les témoins sont originaires de ma province natale du Nouveau-Brunswick. C'est toujours agréable de discuter avec d'autres Néo-Brunswickois. Merci pour votre exposé.

J'aurais quelques questions à vous poser. Certaines ont déjà été répondues, alors je n'y reviendrai pas. Ma première concerne l'information que l'on retrouve aux diapositives 9 et 10.

Vous dites que, dans le cadre de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC, 10 millions de dollars ont été investis, soit 8 millions au Canada atlantique et 2 millions au Québec. Sur la diapositive précédente, on peut lire que le programme de deux ans a pris fin le 31 mars 2011. Juste avant, on peut lire que le FAC a été conçu pour appuyer la création d'emplois et les occasions d'emplois dans les collectivités touchées par le ralentissement économique.

Pouvez-vous nous dire combien d'emplois ont été créés grâce au financement offert par le FAC, s'ils existent encore et de quels types d'emplois il s'agit?

M. AuCoin : Nous n'avons pas fait de suivi sur les emplois créés en vertu du FAC. Dans le cadre de notre examen des projets proposés, nous avons retenu ceux qui offraient le meilleur potentiel de création d'emplois. C'est à ces projets que nous avons accordé la priorité. Nous avons examiné le critère de la création d'emplois au moment de l'évaluation des projets.

Nous savions qu'en raison du peu de temps que nous avions, il nous serait difficile d'adopter une sorte de mesure généralement reconnue de la création d'emplois. C'est pourquoi nous nous sommes davantage concentrés sur les fonds obtenus et les projets complétés. Nous n'avons pas fait de suivi sur les emplois créés. C'est la directive que nous avons eue du Conseil du Trésor. Il revient au ministère des Finances de rédiger un rapport global sur l'impact économique cumulatif du Plan d'action économique.

L'APECA n'a pas fait de suivi sur les emplois créés dans le cadre du FAC ou de l'IHFAC. Nous n'avons fait qu'évaluer ce critère lors de notre évaluation des projets proposés.

Le sénateur Poirier : Je sais que vous n'avez pas suivi tous ces projets, mais savez-vous s'ils étaient tous des projets à court terme ou si certains se poursuivent encore aujourd'hui même dans le financement de l'APECA?

M. AuCoin : C'est une autre bonne question. Quelques-uns me viennent à l'esprit, et ils étaient tous à court terme. Ils devaient être complétés avant le 31 mars.

Nous avons parlé, plus tôt, du projet de traçabilité. On sait que ce projet s'est poursuivi, même sans le financement de l'APECA. Des intérêts privés ont pris la relève à ce chapitre. Certains pêcheurs qui utilisaient la technologie l'utilisent encore. M. Lamont dit qu'il a ajouté cette information à sa stratégie de marketing. À mon avis, c'est le meilleur exemple d'un projet très important qui s'est poursuivi sans le financement de l'APECA.

really important project that has continued without sustained ACOA funding.

The trick now will be to see how a more comprehensive traceability system can be developed or implemented in the industry to meet all the various needs and requirements that come with traceability. That, to me, is the clearest one where things have continued without government funding.

Senator Poirier: I also notice in your innovation of lobster facilities that one of the recipients was Enterprise Kent, in my end of the country. Could you explain what their objective was and what the results were?

Mr. AuCoin: That was what we consider a lean manufacturing project, where we work with a group of companies to get them to assess their operations and find ways to become more efficient.

I can give you some high-level results on that specific project. For instance, there were water savings of 10 per cent; and in another case, increased production of 20 per cent; a 20 per cent reduction in material handling and the elimination of a forklift in another case; heightened supervisor awareness of productivity and its continuity in plant operations. This is sort of intangible stuff, but one of the results is that employees felt they were more engaged in offering solutions and suggestions for improved productivity. Improved cost control and cost monitoring, and overall savings were realized by the companies that took part. Seven companies were part of this initiative: Westmorland Fisheries, Shediac Lobster Shop, Village Bay Sea Products, Suncoast Seafood, Raymond O'Neill & Son, Baie Ste. Anne Fisherman's Co-op, and Pêcheries G.E.M.

Senator Poirier: My last question is about the trade missions. To take an example from Miami, since they do fish lobster in the United States, do we actually think they would export from Canada in Miami, or do you think they would buy the lobster from home? I was questioning that.

Also, along the same lines, how successful are the trade missions? Is there any way of evaluating whether they are successful? Is this the best place or is it the best bang for the buck? We have heard from other people who say that, in terms of exporting to China, do they look for the best price or do they look for the best quality of lobster? There is a difference there in terms of where you are buying your lobster.

In your trade missions, are those things looked at or promoted? What is the success of them? I am questioning why Miami.

Il reste à voir maintenant s'il est possible d'élaborer ou de mettre en oeuvre un système plus complet de traçabilité dans le secteur afin de satisfaire aux divers besoins et de répondre aux diverses exigences qui accompagnent la traçabilité. Encore une fois, c'est le meilleur exemple d'un projet s'étant poursuivi sans le financement du gouvernement.

Le sénateur Poirier : Je remarque également qu'Enterprise Kent, située dans mon coin de pays, est un des bénéficiaires du fonds en ce qui concerne l'innovation des usines liées au homard. Pourriez-vous nous dire quel était l'objectif de l'entreprise et quels ont été les résultats?

M. AuCoin : C'est ce que l'on considère un projet de fabrication allégé dans lequel on aide un groupe d'entreprises à évaluer leurs activités et à trouver des façons d'accroître leur efficacité.

Je peux vous fournir des résultats de haut niveau pour ce projet : des économies d'eau de l'ordre de 10 p. 100; une augmentation de 20 p. 100 de la production; une réduction de 20 p. 100 de la manutention du matériel; l'élimination d'un charriot élévateur à fourches; une plus grande sensibilisation des superviseurs en matière de productivité et du maintien de cette productivité dans les activités de l'usine. Ce sont des résultats plutôt intangibles, mais les employés ont dit avoir l'impression que leurs idées et suggestions pour accroître la productivité étaient davantage sollicitées. Les entreprises qui ont participé à ce projet ont constaté une amélioration sur le plan du contrôle et de la surveillance des coûts et ont réalisé plus d'économies. En tout, sept entreprises ont pris part à ce projet : Westmorland Fisheries, Shediac Lobster Shop, Village Bay Sea Products, Suncoast Seafood, Raymond O'Neill & Son, Baie Ste. Anne Fisherman's Co-op, et Pêcheries G.E.M.

Le sénateur Poirier : Ma dernière question concerne les missions commerciales. Prenons, par exemple, la mission à Miami. Puisque l'on pêche le homard aux États-Unis, croyez-vous que l'on pourra exporter du homard canadien à Miami ou les intervenants du milieu vont-ils simplement se procurer le homard pêché dans leur région? Je me posais la question.

Dans le même ordre d'idées, dans quelle mesure ces missions ont-elles été un succès? Y a-t-il une façon de le vérifier? Est-ce le meilleur endroit ou le plus rentable pour réaliser une mission commerciale? La Chine importera-t-elle son homard en fonction du prix et de la qualité du produit? Certains se le demandent. Cela aura un impact sur le choix de l'importateur.

Ces éléments sont-ils analysés dans le cadre de vos missions commerciales? En faites-vous la promotion? Ces missions sont-elles réussies? Je me demande pourquoi mettre sur pied une mission à Miami.

Mr. Nowlan: As Mr. AuCoin mentioned, it is really market-driven. Your questions are all good ones, and those are the kinds of questions we look at before we support a trade mission to a particular market. In many cases, such as the one in Miami, it was around a broader food and beverage show, where there would be different products coming there from all over the world. The work we are doing would be part of that, to bring our products. It is not just about Miami; it is about other buyers who might be at that particular trade show from different places.

In terms of the evaluation, for the kinds of missions where we actually assist companies to go on them, such as the one about teaching executive chefs how to cook lobsters in different ways, that is more of an awareness building about the product and how to use the product. It is a little more difficult to evaluate from a tangible sales perspective.

When we go with companies to a particular trade mission, specific follow-up happens with each of those companies. At some point, several months later, one of our staff actually calls up every one of those companies and asks them: How did the trade show work for you? Did you make new contacts there? Did you make new sales? How many sales did you make there? Have you increased your exports? Have you had to expand or grow your workforce as a result of that? We ask those specific questions.

Both of the ones we just talked about today, in terms of China and Miami, are very recent, so those results do not exist yet. They have only happened in the last couple of months.

Senator Poirier: Of the ones you have done in the past, have they been successful overall?

Mr. Nowlan: Yes, very. A lot of work goes into picking what markets we will go into, to make sure there is a potential market there for us. They have been very successful. I do not have the statistics with me in terms of the results we have, but they have been very successful.

Senator McInnis: Thank you for coming all the way from Atlantic Canada. You spoke highly of the lobster council, and I do think that finally they seem to be bringing all the players together. You mentioned Stewart Lamont, who indeed is a great spokesperson for the council. When he was here, he said that one of the greatest dangers he sees to marketing the pristine Atlantic Canada lobster in China would be aquaculture.

We see on slide 8 that of the \$420 million that ACOA invested in the fishing industry, \$240.2 million was invested in aquaculture. My question is twofold. How do you evaluate the value of that investment? Do you do an analysis of the jobs that have been created, to what effect, and where do you get your information? Do you get it from fisheries and aquaculture in the provinces? Do you get it from Fisheries and Oceans? Do you analyze any of this?

M. Nowlan : Comme l'a souligné M. AuCoin, on choisit l'endroit en fonction du marché. Vous avez de bonnes questions, et c'est le genre de questions qu'on se pose avant de financer une mission commerciale dans un marché en particulier. Dans bien des cas, comme la mission de Miami, l'activité se déroule dans le cadre d'un salon sur les aliments et les boissons où l'on retrouve des produits de partout sur la planète. Nous faisons la promotion de notre produit, comme les autres. Miami n'est pas le seul élément important dans l'équation; il faut aussi penser à tous les acheteurs potentiels qui participent au salon.

Les missions qui consistent à aider des entreprises à participer à des salons, comme celle qui visait à enseigner à de grands chefs comment introduire les moules et le homard dans leurs menus de façon non traditionnelle, sont davantage des missions de sensibilisation au produit et à la façon d'utiliser le produit. Il est un peu plus difficile d'évaluer les ventes tangibles qui pourraient découler de ce genre de mission.

On fait un suivi auprès des entreprises que l'on accompagne dans le cadre d'une mission commerciale. Quelques mois après l'activité, un des membres de notre personnel les appelle pour leur demander, par exemple, comment la mission les a aidés; si elles ont établi de nouvelles relations; si elles ont réalisé des ventes et, si oui, combien; si leurs exportations ont augmenté depuis; s'il leur a fallu agrandir leurs installations ou augmenter leur effectif à la suite de la mission. C'est le genre de questions que nous leur posons.

Mais les missions dont nous avons parlé aujourd'hui, à Miami et en Chine, se sont déroulées très récemment, il y a à peine quelques mois. Nous n'avons donc pas encore ces renseignements.

Le sénateur Poirier : Les missions que vous avez mises sur pied avant celle-ci ont-elles été réussies?

M. Nowlan : Très réussies. Le choix du marché demande beaucoup d'efforts. On doit s'assurer qu'il offre un certain potentiel à notre secteur. Je n'ai pas les données avec moi, mais je peux vous dire que les missions précédentes ont connu beaucoup de succès.

Le sénateur McInnis : Merci d'être venu d'aussi loin que du Canada atlantique pour venir témoigner. Vous avez vanté le mérite du Conseil canadien du homard. Il semble enfin réussir à réunir tous les intervenants. Vous avez parlé de Stewart Lamont, qui se veut, effectivement, un excellent porte-parole pour le conseil. Lors de son témoignage, il a dit que l'aquaculture représentait le plus grand danger de la commercialisation du homard parfait du Canada atlantique en Chine.

On peut voir à la diapositive 8 que l'APECA a investi 420 millions de dollars dans l'industrie de la pêche, dont 240,2 millions en aquaculture. Ma question est à deux volets. Comment faites-vous pour évaluer la valeur de l'investissement? Faites-vous une analyse des emplois créés? Si oui, dans quelle mesure? Qui vous fournit ces données, les ministères provinciaux des Pêches et de l'Aquaculture? Le ministère des Pêches et des Océans? Analysez-vous ce genre de données?

I know you probably do not have the expertise to do that, but if Stewart Lamont and the lobster council come before us and make that statement, I think someone should be looking at the investment that is being made in aquaculture in Atlantic Canada. Could you just respond to that, please?

Mr. AuCoin: I guess we were expecting that question. Thank you for raising it. It is an important point in the industry. Our investments in aquaculture were made over a number of years, especially during the early part of the development of that industry when there were very few other programs available to that industry. We certainly saw that it represented a source of new economic growth for rural communities at a time when a lot of traditional activities were disappearing.

We definitely considered the amount of wealth that was being created by this industry in those periods of time. Indeed, we considered the number of jobs that were spinning out of the industry, not just directly in the aquaculture activity itself but also in the processing and things like that. We considered all of that. Obviously, as I have mentioned many times, we would consult widely with departments of fisheries federally and provincially before making investments in the aquaculture industry.

One thing I wanted to point out is that over time our investments in aquaculture have evolved. I was involved in refocusing some of those investments at the agency. We made a deliberate effort to diversify within the industry by looking at alternative species, so investing in farmed cod or farmed halibut and developing the husbandry techniques for those species, diversifying the techniques used to farm various types of fish products. We have invested in land-based technologies, recirculation technologies as well and, last but not least, we have actually used some of our innovation investments to help develop more innovative ways of making the industry more sustainable.

Part of that is through new techniques for animal health, but I think the most innovative one — and it is being recognized around the world as just a really good practice in terms of aquaculture — is what we call multi-trophic aquaculture. I do not know if you have been exposed to this yet, but multi-trophic means the raising of several species in the same area. You are actually raising salmon and mussels and seaweed all in the same system where the by-products of one are used to raise the other. This produces better yields for the species being raised and, more importantly, less environmental degradation because the actual by-products are being used to fuel the growth of the other species.

That is the best approach that I can summarize for you in terms of our aquaculture investments over time. We have seen a lot of evolution in the industry. Mr. Gardner talked about the good model that has developed now in aquaculture where things have become rationalized and the industry is on a much better footing. We were involved in those efforts, too. We really need to take a balanced approach between these different aspects of the fisheries and the economic impact they bring to Atlantic Canada.

Vous n'avez peut-être pas l'expertise nécessaire pour faire une telle analyse, mais si Stewart Lamont et le Conseil canadien du homard nous font cette déclaration, il faudrait peut-être se pencher sur l'investissement fait en aquaculture dans le Canada atlantique. Qu'en pensez-vous?

M. AuCoin : Nous nous attendions un peu à cette question. Merci de l'avoir posée. C'est important pour l'industrie. Nous avons investi dans l'aquaculture pendant un certain nombre d'années, notamment lors des premiers stades de développement de l'industrie, alors qu'il n'y avait que très peu de programmes offerts à cet égard. Nous avons compris qu'il s'agissait d'une nouvelle source de développement économique pour les collectivités rurales, à une époque où on commençait à délaisser beaucoup d'activités traditionnelles.

Nous avons effectivement vu la quantité de richesses qui découlaient de cette industrie à cette époque. Nous avons aussi vu le nombre d'emplois rattachés à l'industrie, pas seulement pour l'aquaculture en tant que telle, mais aussi pour la transformation des produits et tout le reste. Nous avons tenu compte de tout cela. Évidemment, comme je l'ai souvent dit, nous avons beaucoup consulté les ministères des Pêches, aux niveaux fédéral et provincial, avant d'investir dans l'industrie de l'aquaculture.

Je tenais à souligner que nos investissements dans l'aquaculture ont évolué au fil du temps. J'ai participé à la redéfinition de certains des investissements de l'agence. Nous avons fait l'effort conscient de diversifier nos investissements au sein de l'industrie en incluant d'autres espèces, comme la morue et le flétan d'élevage, et en développant des méthodes d'élevage pour ces espèces, de façon à diversifier les techniques de production des produits de la pêche. Nous avons investi dans les technologies terrestres et les technologies de recirculation. Et notre dernier secteur d'investissement, mais non le moindre, a été l'élaboration de moyens innovateurs pour favoriser la viabilité de l'industrie.

On parle entre autres de nouvelles techniques en santé animale, mais je pense que la plus grande innovation — et elle est reconnue dans le monde entier comme une excellente pratique d'aquaculture —, c'est ce qu'on appelle l'« aquaculture multitrophique ». Je ne sais pas si vous en avez déjà entendu parler, mais il s'agit d'élever différentes espèces dans un même secteur. On élève du saumon, des moules et des algues dans le même système, où les sous-produits des uns sont utilisés pour l'élevage des autres. Cela permet d'avoir de meilleures récoltes des espèces élevées et, surtout, de moins endommager l'environnement, parce que ce sont les sous-produits qui contribuent à la croissance des autres espèces.

C'est la meilleure approche que je peux vous résumer en ce qui a trait aux investissements faits dans l'aquaculture au fil du temps. L'industrie a beaucoup évolué. M. Gardner a parlé du nouveau modèle d'aquaculture qui a permis de rationaliser les processus; l'industrie se porte beaucoup mieux maintenant. Nous avons contribué à ces efforts également. Nous devons véritablement adopter une approche équilibrée face aux différents volets du secteur des pêches et l'impact économique qu'ils ont sur le Canada atlantique.

Senator McInnis: I know you were involved. Better than half of the money you invested went into aquaculture, there is no question about that. I do not mean to debate it tonight because that is not what we are here for. We are here to hear what you have done.

I would suggest to you that prior to other investments in the aquaculture industry you should associate yourself a little more with the communities that are involved. There are plenty of organizations that could educate you.

My second point, if I may, relates to the Community Adjustment Fund, and I will be parochial here. Having come from the eastern shore of Nova Scotia, I see this often with federal programs. You said if the population were greater than 250,000.

Mr. AuCoin: The program was only eligible to communities of less than 250,000.

Senator McInnis: What happens is — and this happens with many programs, some with you but others with the federal government — that the eastern shore will run for 150 kilometres. Halifax is here, and it comprises 400,000 individuals. All of these people down here with an unemployment rate of 15 to 20 per cent do not get any. There is none of that money available. That is a problem. It is a problem, as with other problems with ACOA, when the EI rate has to be X number of per cent, 10 per cent or more. However, if you lump in the small hamlets and populations along the eastern shore and you put it in with full employment Halifax-Dartmouth, then it skewers and disregards the high unemployment pockets along the entire eastern shore.

Mr. AuCoin: I can let you in on a little secret. I do not know if you have the full list of all the projects, but we did include the Eastern Shore Fisherman's Protective Association.

Senator McInnis: You said that earlier. Congratulations.

Mr. AuCoin: Under this project, because for us they were right on the border, it made no sense to exclude them. They had a legitimate case, an important plan that they had worked on that they would use to get other funding. We were not going to split hairs and exclude them just because they were on the border.

Senator McInnis: Since you are here, I want to say that ACOA does some good work. I am witness to that, as the past president of the Nova Scotia chamber. In rural areas you are to be commended. I do not mean to condemn you. I just want to alert you to some of this difficulty, particularly the aquaculture.

Mr. AuCoin: I can tell you that we have taken those concerns into account in recent years. The investments we make today in aquaculture, we realize, are in a different context than the ones that we were making 20 years ago.

Le sénateur McInnis : Je sais que vous y avez pris part. Plus de la moitié de vos investissements sont allés dans l'aquaculture, cela ne fait aucun doute. Je ne veux pas débattre de cela ce soir, car ce n'est pas le but de la présente séance. Nous sommes ici pour connaître vos réalisations.

Je vous suggère qu'avant d'investir davantage dans l'industrie de l'aquaculture, vous devriez consulter un peu plus les collectivités concernées. Il existe toute une gamme d'organisations qui pourraient vous renseigner.

Le deuxième point que j'aimerais soulever, si vous me le permettez, porte sur le Fonds d'adaptation des collectivités. Je vais prêcher pour ma paroisse dans ce cas-ci. Étant originaire de la côte Est de la Nouvelle-Écosse, c'est une chose que je remarque souvent avec les programmes fédéraux. Vous avez dit qu'il fallait une population de plus de 250 000 personnes.

M. AuCoin : Le programme n'était offert qu'aux collectivités de moins de 250 000 habitants.

Le sénateur McInnis : Le fait est que la côte Est s'étend sur 150 kilomètres, et c'est souvent ce qui se passe avec les programmes offerts, certains des vôtres, mais d'autres aussi du gouvernement fédéral. Halifax s'y trouve et a une population de 400 000 habitants. Le taux de chômage est de 15 à 20 p. 100 là-bas, et personne n'a pu toucher un sou de ces programmes. La collectivité n'y a pas droit. C'est un problème. Ce qui pose problème entre autres avec les programmes de l'APECA, c'est lorsque le taux de chômage doit être de tel ou tel pourcentage, de 10 p. 100 ou plus. Quand on compte tous les petits hameaux et villages le long de la côte Est dans le calcul du plein emploi pour Halifax-Dartmouth, cela fausse les données, parce qu'on ne tient pas compte des endroits où les taux sont élevés.

M. AuCoin : Je vais vous révéler un petit secret. Je ne sais pas si vous avez eu la liste complète des projets, mais nous avons inclus l'Eastern Shore Fisherman's Protective Association.

Le sénateur McInnis : Vous l'avez dit tout à l'heure. Félicitations.

M. AuCoin : Pour ce projet, l'association se situait tout juste à la limite, alors ce n'était pas sensé de l'en exclure. Elle a présenté un dossier légitime, un plan important auquel elle avait travaillé en vue d'obtenir d'autres sources de financement. Nous n'allions pas couper les cheveux en quatre et l'exclure du projet juste parce qu'elle était à la limite.

Le sénateur McInnis : J'en profite pendant que vous êtes ici pour souligner que l'APECA fait du bon travail. En tant que président sortant de la Chambre de commerce de la Nouvelle-Écosse, je peux en témoigner. Il faut reconnaître le bon travail que vous faites pour les collectivités rurales. Mon but n'est pas de vous fustiger. Je veux simplement vous informer des problèmes que cela pose, notamment en ce qui concerne l'aquaculture.

M. AuCoin : Je peux vous assurer que nous avons tenu compte de ces difficultés au cours des dernières années. Les investissements que nous faisons aujourd'hui dans l'aquaculture se font dans un contexte différent de ceux qui ont été faits il y a une vingtaine d'années, et nous en sommes conscients.

The Chair: When we come to the end of our study on lobster, I am sure we may look at the possibility of doing a study on aquaculture. It is a great industry in many parts of Atlantic Canada. I know Newfoundland and Labrador has provided opportunities that would not otherwise be there for many small, rural communities. As with any industry, there are always challenges and concerns. It is something that we may have a look at and have talked about here before. We will keep our options open and look forward to Senator McInnis having a fair amount to say when that time arrives.

Senator McInnis: It is a great industry if done properly. It is not being done properly.

The Chair: That is why maybe it is time now, after so many years of investment by the federal government, to have a look at exactly that.

Senator Raine: I have a point of clarification. Was I to understand that anyone along the east coast gets counted as Halifax?

Mr. Nowlan: No, just the eastern shore of Nova Scotia.

Senator Raine: Well, that is a long area. The small towns are not Halifax.

Mr. AuCoin: Whatever is considered in the boundaries of the Halifax Regional Municipality. I think that is your point; the Regional Municipality is a large geographic area. It happens to have 250,000 people or more, so it was excluded under the CAF Lobster Initiative. However, it did include some parts of where Senator McInnis is from that were excluded under this program.

Senator Raine: It is a bit strange to have a regional district —

Mr. Nowlan: It is not the whole coast of Nova Scotia, but it is a significant part. You raise an interesting policy challenge around this kind of issue, where municipalities amalgamate to form a larger urban area. We talk about HRM. Down in East Cheticook and Porters Lake, folks who live there would never consider themselves urban.

Mr. AuCoin: As I mentioned at the beginning my presentation, just because they were not eligible for lobster funding under CAF, we looked at these projects, and if they made sense, we did some through our regular, traditional programs. We have to follow the rules of the programs that we have, but we have many programs. We have some flexibility there.

Le président : Quand nous aurons terminé notre étude sur le homard, je suis certain que nous allons envisager la possibilité d'en entreprendre une autre sur l'aquaculture. C'est une excellente industrie dans bien des régions du Canada atlantique. Je sais que de nombreuses petites collectivités rurales de Terre-Neuve-et-Labrador n'auraient pas pu profiter des occasions qui se sont présentées à elles si ce n'avait pas été de cette industrie. Comme c'est le cas pour toutes les industries, il y a toujours des obstacles et des préoccupations. C'est une question que nous allons peut-être étudier et que nous avons déjà abordée. Nous allons garder cette possibilité en tête, et je sais que le sénateur McInnis aura beaucoup de choses à dire sur le sujet quand le temps sera venu.

Le sénateur McInnis : C'est une excellente industrie quand les choses sont faites correctement. Ce n'est pas le cas en ce moment.

Le président : C'est pourquoi il est probablement temps de se pencher sur la question, après toutes ces années d'investissement par le gouvernement fédéral.

Le sénateur Raine : J'aimerais apporter une précision. Dois-je en conclure que toute la population de la côte Est est incluse à celle d'Halifax?

M. Nowlan : Non, juste celle de la côte est de la Nouvelle-Écosse.

Le sénateur Raine : Bien, c'est une grande région. Les petites villes ne font pas partie d'Halifax.

M. AuCoin : Cela comprend tout ce qui est à l'intérieur des limites de la Municipalité régionale d'Halifax. Je crois que c'est ce que vous voulez dire; la Municipalité régionale d'Halifax couvre un vaste territoire géographique. Elle compte plus de 250 000 habitants, alors c'est pourquoi elle a été exclue de l'initiative pour l'industrie du homard du FAC. Quelques-unes des régions du territoire exclu du programme, d'où vient le sénateur McInnis, ont toutefois été rajoutées.

Le sénateur Raine : C'est un peu étrange d'avoir une municipalité régionale...

M. Nowlan : Ce n'est pas toute la côte de la Nouvelle-Écosse, mais une bonne partie. Vous soulevez un point intéressant, car la fusion de plusieurs municipalités pour former une région urbaine plus importante pose un défi au point de vue politique. Il est question de la Municipalité régionale d'Halifax. À East Cheticook et à Porters Lake, les gens ne se voient pas du tout comme des citoyens.

M. AuCoin : Comme je l'ai dit au début de ma présentation, parce que ces collectivités n'étaient pas admissibles à l'initiative de financement pour l'industrie du homard du FAC, nous avons examiné les projets et nous avons financé certains de ceux qui semblaient justifiés par l'entremise de nos programmes réguliers. Nous devons suivre les règles établies pour nos programmes, mais nous en avons plusieurs. Nous avons une certaine marge de manœuvre.

The Chair: It is important to remember that the rules are national rules, while we from Atlantic Canada look at things differently because of the many small communities that we have in our provinces. The rules are of national significance, so we need to maybe adjust things as we move east. ACOA has been doing that quite well.

Mr. AuCoin: There was a great deal of debate around that exclusion area. It went all the way to the top when it came to deciding what the cut-off point would be.

Senator Raine: I know that we are running out of time, but I have a couple of quick questions on the innovation and lobster facilities. It seems like a lot of money to spend to acquire technology to manufacture natural seafood stock from North Taste Flavourings. The other one was the money spent for the Seafood Processors Association of Prince Edward Island and Holland College to develop six new lobster products. What are they? That is more curiosity than anything else, so if it is hard for you to answer —

Mr. AuCoin: I have some information here on those projects. I do not know if I will be able to fully satisfy your appetite.

Senator Raine: I like lobster, so six new products is very appealing.

The Chair: Maybe it is a lot of information, Mr. AuCoin. You can certainly provide it afterwards.

Senator Raine: The natural seafood stock is not stock for cooking soup, is it? It is a type of —

Mr. AuCoin: It is the resource stock.

Senator Raine: That \$3.6 million is a lot of money. I do not understand it; that is all.

The Chair: Senator Hubley?

Senator Hubley: The Culinary Institute of Canada is housed at Holland College, so I think that will start to make a lot of sense out of that.

Mr. AuCoin: There is a food technology centre in P.E.I. where a lot of these things are tested. Just on those two projects in P.E.I., some of those figures may have been adjusted over time, but the one that deals with the innovation related to new products was with the Seafood Processors Association of Prince Edward Island. They worked with the food technology centre and Holland College to develop these new products. They actually identified a potential 10 to 12 new products. The prototypes were tested and streamlined down to four strong projects. Chefs from the Culinary Institute worked with scientists from the food technology centre to further develop these four products, which were sampled through several channels. Product testing and consumer feedback have been very positive and the projects were well-received by the public. I do not have the details on what those four products were. I can provide those to you. As with

Le président : Il est important de se rappeler que ces règles s'appliquent à l'échelle nationale. On voit les choses différemment au Canada atlantique vu les nombreuses petites collectivités qui s'y trouvent. Ce sont des règles nationales, alors il faut peut-être rajuster un peu le tir dans l'Est. L'APECA le fait très bien.

M. AuCoin : L'exclusion de cette région a suscité bien des discussions. La décision est revenue aux plus hautes instances quand il a été question d'établir le point de démarcation.

Le sénateur Raine : Je sais que le temps nous presse, mais j'ai quelques questions rapides à vous poser sur l'innovation et les installations pour homard. Il me semble qu'on a investi beaucoup d'argent pour permettre à North Taste Flavourings d'acquérir la technologie nécessaire pour produire du bouillon naturel de fruits de mer. Il y a aussi eu l'investissement dans la Seafood Processors Association of Prince Edward Island et le Holland College pour l'élaboration de six nouveaux produits du homard. Quels sont-ils? C'est plus par curiosité qu'autre chose, alors si vous n'avez pas la réponse...

M. AuCoin : J'ai quelques renseignements à vous donner sur ces projets. Je ne sais pas s'ils pourront vous satisfaire pleinement.

Le sénateur Raine : J'aime le homard, alors l'idée d'avoir six nouveaux produits me plaît beaucoup.

Le président : C'est peut-être beaucoup d'information à donner, monsieur AuCoin. Vous pourrez certainement nous la transmettre plus tard.

Le sénateur Raine : Le bouillon naturel de fruits de mer, ce n'est pas du bouillon pour faire de la soupe, n'est-ce pas? Est-ce un genre de...

M. AuCoin : C'est du bouillon tiré des ressources.

Le sénateur Raine : C'est beaucoup d'argent, 3,6 millions de dollars. Je ne comprends pas le projet; c'est tout.

Le président : Sénateur Hubley?

Le sénateur Hubley : Le Culinary Institute of Canada est situé au Holland College, alors je pense que les choses devraient commencer à s'éclaircir de ce côté.

M. AuCoin : Il y a un centre de technologie culinaire à l'Île-du-Prince-Édouard, où on teste beaucoup de choses du genre. Pour ces deux projets à l'Île-du-Prince-Édouard, certaines sommes ont pu être révisées au fil du temps, mais le projet portant sur l'innovation, et le développement de nouveaux produits, était celui de la Seafood Processors Association of Prince Edward Island. L'association a travaillé avec le centre de technologie culinaire et le Holland College pour développer ces nouveaux produits. Ils ont en fait cerné de 10 à 12 nouveaux produits potentiels. Les prototypes ont été mis à l'essai et rationalisés de façon à établir quatre projets prometteurs. Les chefs du Culinary Institute ont travaillé avec des chercheurs du centre de technologie culinaire afin de raffiner les quatre produits en question, qui ont été mis à l'essai dans différents contextes. Les essais et les commentaires des consommateurs sont très positifs, et les projets

anything in innovation, you never quite know where things will lead. This project was successful in the development of these four new products, and they are ready for commercial production. However, the conclusion of this project was that seafood processing facilities in P.E.I. were not yet structured to deliver these new products to the marketplace and have not used them yet. It does not mean that they will not ever use them, but, at this point in our cycle, those products have not been used yet. That is what I can tell you about that project.

Senator Raine: And the North Taste Flavourings one?

Mr. AuCoin: Again, that was one that actually had to do under our regular programming. It applied late. I think that you are referring to the press release from the original announcement.

Senator Raine: No. We have a list of different funding that you had in table 4.

Mr. AuCoin: It looks to me like the table that was used for the announcement two years ago. I wrote some of that. The North Taste project was for value added, using elements of lobster to produce items that could be added to other food products, and the example that the proponents used was pet food. You could provide the taste of lobster, using actual lobster extracts, in pet food, for example. That was a project that was proposed. It was viewed as a value-added technology. It was actually acquiring technology that existed in Iceland.

What happened with that project is that it was late getting approved in the time frame that we had under CAF, so it ended up being funded under our regular programs. That was one of the two projects that got removed from the 29, which became the 27.

The Chair: Thank you to our witnesses. It has been a very interesting evening. You provided us with some great information. We reserve the right to call you back if we need additional information or clarification of what you have presented to us this evening. It has been a very worthwhile exercise.

I echo the comments of Senator McInnis in saying that I am quite familiar with the workings of ACOA. I have been involved for almost 20 years in political life, and you do tremendous work, especially in the rural parts of our country and certainly in Atlantic Canada. I want to applaud you for your efforts. As always, there is sometimes negativity there, but you are a shining example of regional development, in my view. I encourage you to keep up the good work. Thank you very much.

(The committee continued in camera.)

ont été bien reçus par le public. Je ne sais pas exactement quels sont ces quatre produits. Je ne peux pas vous en dire plus là-dessus. Comme c'est toujours le cas avec les projets d'innovation, on ne sait jamais exactement où cela va nous mener. Le projet a permis de développer ces quatre nouveaux produits, qui sont prêts pour la production commerciale. Il a toutefois fallu conclure à l'issue du projet que les installations de traitement des fruits de mer à l'Île-du-Prince-Édouard ne permettaient pas encore la mise en marché de ces nouveaux produits et elles ne les ont donc pas encore utilisés. Cela ne signifie pas qu'elles ne les utiliseront jamais, mais elles ne l'ont pas fait jusqu'à maintenant. C'est ce que je peux vous dire à propos de ce projet.

Le sénateur Raine : Et pour celui de North Taste Flavourings?

M. AuCoin : Celui-là aussi a dû être financé par un de nos programmes réguliers. La demande est arrivée en retard. Je pense que vous faites référence au communiqué de presse de l'annonce originale.

Le sénateur Raine : Non. Nous avons une liste des différents projets que vous avez financés au tableau 4.

M. AuCoin : On dirait que c'est le tableau qui a été utilisé pour l'annonce il y a deux ans. J'en ai rédigé une partie. Le projet de North Taste était un projet de valeur ajoutée, visant à utiliser des parties du homard pour produire des ingrédients à ajouter à d'autres produits alimentaires, et les auteurs de la proposition avaient donné comme exemple la nourriture pour animaux. L'idée était d'aromatiser des aliments pour animaux, par exemple, avec de l'essence naturelle de homard. C'est le projet qui avait été proposé. C'était considéré comme une technologie à valeur ajoutée. Il s'agissait en fait de faire l'acquisition d'une technologie déjà utilisée en Islande.

Ce qui est arrivé dans ce cas-là, c'est que la proposition est arrivée trop tard pour être approuvée dans le cadre du FAC, alors elle a fini par être financée par un de nos programmes réguliers. C'est l'un des deux projets qui ont été retranchés des 29, pour arriver au nouveau total de 27.

Le président : Merci à nos témoins. Ce fut une soirée très intéressante. Vous nous avez donné d'excellentes informations. Nous nous réservons le droit de vous convoquer de nouveau si nous avons besoin de renseignements supplémentaires ou de certaines précisions à propos de ce que vous nous avez dit ce soir. C'était une séance très productive.

Comme le sénateur McInnis, je connais très bien le travail de l'APECA. Je fais de la politique depuis presque 20 ans, et je peux vous dire que vous faites de l'excellent travail, particulièrement dans les régions rurales du pays et certainement au Canada atlantique. Je vous en félicite. Les aspects négatifs sont toujours inévitables, mais j'estime que vous êtes un parfait exemple de développement régional. Je vous encourage à continuer votre bon travail. Merci beaucoup.

(La séance se poursuit à huis clos.)

WITNESSES

Tuesday, November 6, 2012

Lobster Council of Canada:

Leonard Leblanc, Chairman;

Stewart Lamont, Managing Director, Tangier Lobster Company Limited;

Geoff Irvine, Executive Director.

Tuesday, November 20, 2012

Gardner Pinfold Consultants Inc.:

Michael Gardner, President.

Tuesday, November 27, 2012

Atlantic Canada Opportunities Agency:

Daryell Nowlan, Acting Senior Vice-President;

Wade AuCoin, Director General, Community Development.

TÉMOINS

Le mardi 6 novembre 2012

Conseil canadien du homard :

Leonard Leblanc, président;

Stewart Lamont, directeur principal, Tangier Lobster Company Limited;

Geoff Irvine, directeur exécutif.

Le mardi 20 novembre 2012

Gardner Pinfold Consultants Inc. :

Michael Gardner, président.

Le mardi 27 novembre 2012

Agence de promotion économique du Canada atlantique :

Daryell Nowlan, vice-président principal par intérim;

Wade AuCoin, directeur général, Développement des collectivités.