

[Text]

largest market for fish in the world because of their population. According to the figures that I have, we in Canada are getting approximately 7 per cent of the Japanese market, which, to me, is outrageous. We are not getting into the Pacific Rim. By and large, there is no market in the other Asian countries. There is relatively zero fish going into China, which should be a bigger market than Japan for Canadian fish in terms of its potential.

Senator Argue: How much fish do we sell to China, did you say?

Mr. McGrath: We are sending relatively nothing into China. When I say "relatively nothing", we are selling something like 300 tonnes. That is nothing at all.

When I was in Japan a couple of years ago on a federal-provincial mission, I was absolutely amazed to learn that we do not have, in Tokyo, a person dedicated to the interests of Canada in the area of fish marketing. At that time, we took that point up with the Ambassador and he agreed that he needed someone there to deal with the giant Japanese companies and to deal with the Japanese consumer and to keep Canada abreast of changing consumer preferences in that market.

Indeed, I learned—and I do not think I am speaking out of turn; in any event, I think this should be put on the record. I learned that the Department of Fisheries and Oceans has been trying for years to get someone into that market and has offered to provide the salaries, or whatever it is that is required. Unfortunately, the department has not been able to get around the external trade bureaucracy to achieve that purpose.

I was amazed to learn that the person looking after this industry in our embassy in Japan knew so little about the Canadian fishing industry generally, because that market has the greatest potential for Canadian fish not only in terms of groundfish, but in terms of the other underutilized species. Of course, we know that Japan takes large quantities of squid, and we know that that is a new market for Canadian Capeline.

As a footnote, one of the things that the Canadian factory freezer trawlers will be able to do is freeze redfish at sea. That redfish will find a ready market in Japan if it is processed properly. Redfish, which is a type of ocean perch, is preferred by the Japanese because of its colour. If it is not frozen immediately, it loses its colour. If it is held in a wet trawler for three, four or five days, and then held in a plant for another couple of days, the fish will lose some of its colour and, consequently, it will lose a great deal of its marketability. That will be overcome by the ability to freeze that product at sea. There is a tremendous market in Japan for Canadian redfish.

To the best of my knowledge—and my knowledge is not up to date, but I was in Japan earlier this year and we know there has been no change in the situation—there is no one in our mission in Tokyo dedicated to exploring new markets or exploring better ways to market Canadian fish. I think that

[Traduction]

donc, le plus grand marché de poisson de la planète en raison de sa population. Selon mes chiffres, le Canada occupe environ 7 p. 100 du marché japonais, ce qui me semble scandaleux. Nous ne passons pas la Ceinture du Pacifique. Dans l'ensemble, il n'y a pas de marché dans les autres pays asiatiques. La Chine n'achète à peu près pas de poisson, et pourtant, elle constituerait éventuellement un plus gros marché que le Japon pour le poisson canadien.

Le sénateur Argue: Quelle quantité de poisson vendons-nous en Chine, avez-vous dit?

M. McGrath: A peu près rien, ce qui veut dire environ 300 000 tonnes. Ce n'est rien.

Lorsque j'étais au Japon en mission fédérale-provinciale il y a une couple d'années, j'ai été absolument estomaqué d'apprendre que nous n'avons aucun représentant à Tokyo qui se consacre à la promotion des intérêts du Canada dans le domaine de la commercialisation du poisson. Nous en avons parlé avec l'ambassadeur qui a reconnu avoir besoin d'un collaborateur pour traiter avec les grosses compagnies et les consommateurs japonais, et tenir le Canada au courant de l'évolution des préférences des consommateurs de ce marché.

De fait, j'ai appris—et je ne crois pas parler dans le vide; de toute façon, je pense que cela devrait être consigné—que le ministère des Pêches et Océans essaie depuis des années d'y envoyer un représentant et a offert de payer le traitement ou ce qu'il faut. Malheureusement, il n'a pas réussi à secouer la bureaucratie des Affaires extérieures.

J'ai été étonné d'apprendre que le responsable de ce secteur à notre ambassade au Japon en connaissait si peu sur l'industrie canadienne de la pêche en général, compte tenu du fait que le marché japonais présente le meilleur potentiel pour le poisson canadien, non seulement pour ce qui est des poissons de fond mais aussi pour les autres espèces sous-utilisées. Évidemment, nous savons que le Japon consomme beaucoup de calmars, et qu'il existe un nouveau marché pour le capelan canadien.

Pour terminer, une des choses que les chalutiers-usines congélateurs canadiens seront en mesure de faire est de congeler directement en mer le sébaste. Pour peu qu'il soit conditionné rapidement, ce poisson trouvera un marché intéressant au Japon. Il est apprécié des Japonais en raison de sa couleur, qu'il perd d'ailleurs, s'il n'est pas congelé immédiatement. En effet, s'il est gardé dans un chalutier pendant trois, quatre ou cinq jours, puis dans une usine quelques jours, il perd une partie de sa couleur et, conséquemment, une grande partie de son attrait commercial. La possibilité de le congeler directement en mer pallie cette difficulté. Le marché japonais pour ce produit canadien est exceptionnellement intéressant.

Au mieux de ma connaissance—je ne suis peut-être pas à jour, mais je suis allé au Japon plus tôt cette année et nous savons que la situation n'a pas changé—aucun agent de notre mission de Tokyo ne se consacre à chercher de nouveaux marchés ou à explorer de meilleures façons de commercialiser le