

rapport 1989, pour atteindre 624 000 tonnes. Et la valeur totale du produit - à 2,6 milliards de dollars en 1990 - a progressé de plus de 8 p. 100 par rapport à 1989.

Si le volume de poissons de fond a légèrement diminué en 1990 - quelque 217 000 tonnes, à comparer à 221 000 tonnes en 1989 - les exportations de mollusques et crustacés sont passées, elles, de 65 000 tonnes en 1989 à 72 000 tonnes en 1990. Les exportations de poisson d'eau douce ont aussi augmenté : de 22 000 tonnes en 1989, elles sont passées à 29 000 tonnes en 1990. Le marché présente de nouveaux débouchés pour d'autres espèces, existantes, nouvelles et peut-être sous-utilisées.

L'information sur les marchés est le fondement de toute stratégie de commercialisation. Dans l'évaluation des marchés possibles, vous reconnaissez, j'en suis sûr, que les États-Unis resteront probablement notre principal marché pour l'avenir immédiat. Cependant, on voit naître certains nouveaux marchés à long terme, des marchés potentiellement vastes. Ainsi, la Corée du Sud abaisse ses droits tarifaires sur un certain nombre de produits de la pêche et de la mer, dont le homard. Le Japon, Taiwan, Hong Kong et Singapour offrent d'intéressantes occasions de marché et d'entreprises en participation pour l'accroissement de la distribution. Ces gains, probablement modestes au départ, pourraient néanmoins augmenter considérablement avec le temps.

Plus tôt cette année, mon ministère a aidé votre industrie à étudier le marché mexicain. ISTC demande aux entreprises de s'engager sur ce marché, de faire un suivi de l'initiative. Votre président, Ron Bulmer, a participé à cette mission de reconnaissance et il vous fera rapport plus tard cette semaine.

L'occasion la plus intéressante d'expansion des exportations se trouve peut-être bien du côté de la Communauté européenne et de ses quelque 320 millions de consommateurs. Ce marché augmentera peut-être d'encore 300 à 400 millions de consommateurs, une fois terminée la transformation économique et politique de l'ancien bloc soviétique.

**Les systèmes de marché.** Les études faites par votre industrie en collaboration avec mon ministère font ressortir la nécessité de nouveaux services de commercialisation coordonnés par l'industrie pour protéger notre compétitivité.

Il y a déjà des services en place dans l'industrie, comme l'*Intelligence Digest* de l'Association canadienne des exportateurs de poisson. De même, le Conseil des pêches étudie divers moyens de promouvoir le poisson de fond canadien pour tirer davantage parti de la sensibilisation des consommateurs à notre produit de grande qualité. Également, l'étude que fait votre Conseil des marchés de la restauration aidera votre industrie à rentabiliser davantage les stocks actuels de morue et d'autres poissons maigres.