

[Text]

press in bad times and are not getting the press in good times. They just packed fish efficiently and made money by selling it to the United States. They moved from blocks into fillet production and they have always carried along. I, personally, never sell short the marketing capabilities and the flexibility of marketing of medium and smaller operations in Atlantic Canada. They just have not been the focus of our government or of the media.

The Chairman: That is a good point because all we hear about are National Sea and FPI and there are a lot of good small plant operators. Some lady in the real estate business and the grocery business in Toronto took over a plant which had gone broke and made a success of it. She is now buying two more plants. That is a good example of individual initiative and motivation.

Mr. Bulmer: That is a good example of how those plants under hands-on management can be operated.

The Chairman: Do you have any questions Mr. Gobuyan?

Mr. Vince Gobuyan, Advisor to the Committee: I think Mr. Bulmer has covered the subject pretty well.

The Chairman: The impact of aquaculture still intrigues me. I believe aquaculture can hurt the commercial fishery from the point of view of uniformity of supply and from the fact it is easier and less costly to produce fish. Am I misled in my thinking?

Mr. Bulmer: As aquaculture in Canada expands, and I think it will, you will find the marketing end of the business will have to demonstrate flexibility. If you, traditionally, have depended on the European smoking trade buying your fish headless, dressed and frozen and if the European smoking trade is now supplied competitively by farmed salmon from Europe, then you cannot expect that you will be able to sell the same amount or more fish to that end market or at the same price. This will require marketing flexibility for the producers in order that they stay in tune with end markets and product forms. Perhaps the fish will have to be provided fresh, to restaurants and so on.

My personal opinion is that the demand is there for all of the wild salmon and the aquaculture salmon, but you cannot sit back and expect that you will sell the same product to the same end producers in the same form that you always did as aquaculture supplies come on.

The Chairman: I am concerned about our potential of trading with countries other than the United States. Are we concentrating our promotional initiative on other countries?

Mr. Bulmer: I believe we are working very hard on the Pacific rim countries. I think the currency turnarounds of the yen have been very positive for our crab business, our herring roe business and for our squid business. What has happened in

[Traduction]

cipaux. Nombre de petits producteurs de la région de l'Atlantique ont été totalement ignorés par la presse durant les temps difficiles et ils le sont également durant les temps prospères. Ils s'en sont tout simplement tenus à bien emballer leur poisson, et l'on vendu à profit aux États-Unis. Ils sont passés de la production de blocs à celle de filets et ils ont toujours réussi à tirer leur épingle du jeu. Personnellement, je ne sous-estime jamais la capacité et la souplesse de la moyenne et la petite entreprise de la région de l'Atlantique dans le domaine de la commercialisation. Elles ont tout simplement été ignorées par notre gouvernement et les médias.

Le président: Voilà une remarque pertinente, parce que nous n'entendons parler que de la société National Sea et de la société FPI, alors qu'il y a quand même un bon nombre de petites entreprises de qualité. Une dame de Toronto qui travaillait dans le secteur de l'immobilier et des épicerie a racheté une usine en faillite dont elle a fait un succès. Elle est même en train d'acheter deux autres usines. C'est là un bon exemple d'initiative et de motivation personnelles.

M. Bulmer: Cela illustre bien également comme ces usines gérées directement peuvent être exploitées.

Le président: Avez-vous des questions à poser, M. Gobuyan?

M. Vince Gobuyan, conseiller du Comité: Je crois que M. Bulmer a assez bien épuisé le sujet.

Le président: Les répercussions de l'aquaculture continuent de m'intriguer. Je crois que l'aquaculture peut nuire aux pêches commerciales sur le plan de l'uniformité de l'offre et parce que ce type d'élevage est plus facile et moins coûteux. Est-ce exact?

M. Bulmer: A mesure que l'aquaculture prendra de l'essor au Canada, et je crois que cela aura lieu, vous constaterez que l'industrie devra assouplir ses méthodes de communications. Si, traditionnellement, vous avez compté sur l'industrie européenne de fumage pour écouler votre poisson étêté, apprêté et congelé, et si cette industrie achète présentement du saumon de culture provenant d'Europe à un prix inférieur, vous ne sauriez espérer vendre, à ce marché et au même prix, la même quantité ou une quantité supérieure de poisson. Il faudra donc que les producteurs soient assurés d'un assouplissement des méthodes de commercialisation afin qu'ils puissent s'adapter aux conditions du marché et à la différenciation du produit. Car il leur faudra peut-être fournir le poisson frais aux restaurants et ainsi de suite.

Je crois pour ma part que la demande existe pour le saumon, ordinaire ou de culture, mais vous ne pouvez pas attendre à vendre le même produit, au même producteur et de la même manière que vous le faisiez, à mesure que la production de poisson de culture augmentera.

Le président: Notre capacité de commerce, avec les pays autres que les États-Unis me préoccupe. La promotion de nos produits est-elle vraiment orientée vers ces autres pays?

M. Bulmer: Notre promotion est je crois très vigoureuse dans les pays riverains du Pacifique. Je crois aussi que les variations du yen ont été très avantageuses pour notre commerce de crabe, de roque de hareng et de calmar. Le capelan