

Conseil canadien des pêches et des représentants des syndicats, des transformateurs, des groupes de l'industrie et du monde de l'enseignement ont tenu une table ronde nationale sur les défis du perfectionnement des ressources humaines auxquels votre secteur fait face. Cette réunion a aidé à préparer le terrain pour relever ces défis. ISTC convoquera une série de rencontres régionales de suivi pour formuler un plan d'action pour le développement des ressources humaines dans le secteur.

De nombreuses entreprises de votre secteur – inspirées par les efforts du Conseil canadien des pêches – envisagent déjà des façons de travailler ensemble pour tirer parti des nouvelles occasions que présente le marché. Une mesure utile à cette fin précise est la formation récente du Consortium sur les technologies des produits de la pêche – créé avec l'aide d'ISTC.

Les partenariats stratégiques peuvent déborder les frontières de l'industrie traditionnelle que nous connaissons. Ainsi, Dave Nichols, président de Loblaws International Merchants of Canada, a fait valoir que l'industrie des fruits de mer ne devrait pas voir les partenariats stratégiques uniquement comme des liens les unissant. Il voit de nombreux avantages dans les partenariats entre détaillants comme lui, et transformateurs de fruits de mer, surtout dans le domaine de la mise au point des produits.

Les détaillants pourraient apporter à un tel partenariat un sens bien aigu des besoins des consommateurs. Les transformateurs pourraient y apporter leurs propres expériences de la transformation et de la commercialisation internationale. Cela risquerait de déboucher sur l'accroissement et la stabilisation de la demande de votre produit, sur une amélioration de la qualité, sur un meilleur prix et – en fin de course – sur l'utilisation plus productive d'une importante ressource renouvelable. Le résultat net serait une industrie beaucoup plus axée sur le marché que sur la production.

Pour suivre la demande du marché, le partenariat stratégique pourrait bien mobiliser le détaillant, vous – les transformateurs – et vos fournisseurs dans un effort concerté de mise au point de produits et de stratégies de commercialisation. Donc, nous devons peut-être envisager des partenariats stratégiques qui couvriraient tout, depuis l'océan jusqu'au marché.

Parlant de marchés, j'aimerais en dire quelques mots, et aborder notamment les nouvelles occasions qu'ils présentent, l'information sur les marchés, et les systèmes de marché.

D'abord, les marchés. Le marché international des fruits de mer. Voilà un marché en expansion, axé sur le consommateur. Malgré les problèmes qui ont affligé certains stocks de poissons et malgré une récession mondiale, en 1990, le volume des exportations du Canada a augmenté de près de 4 p. 100 par