

l'exportation, l'activité de l'Office vise constamment à s'adapter aux forces économiques indépendantes du marché local. Il semble que cela ait empêché bien des détaillants de vendre les produits de l'Office<sup>(1)</sup>.

Au centre du pays, l'Office dépend d'un grossiste particulièrement important, qui distribue ses produits en Ontario et au Québec. La commercialisation des produits de l'Office dans ces provinces varie toutefois grandement selon les saisons, car l'Office ne peut concurrencer les entreprises intégrées de l'Ontario pendant l'été, lorsque la pêche est en cours sur les Grands lacs et que le prix du poisson frais en Ontario est inférieur de 30 à 40 cents la livre au prix de l'Office. L'Office congèle donc une partie des prises de l'été pour les vendre pendant l'hiver, lorsque la rareté fait augmenter les prix. À l'est du Québec, l'Office ne vend presque aucun produit, à l'exception de spécialités comme l'omble chevalier.

### 3.1.2 Réseaux de distribution pour la production de l'Ontario

Les entreprises de pêche de l'Ontario desservent principalement les marchés de l'Ontario et du Québec. Toutefois, comme dans la région de l'Ouest, les prix plus avantageux offerts aux États-Unis ont pour effet de drainer la plus grosse part des captures ontariennes, réduisant d'autant l'offre sur le marché local. En outre, l'incapacité des entreprises de pêche de l'Ontario d'approvisionner les détaillants et les services d'alimentation en poisson frais, à longueur d'année, a fait obstacle à l'expansion de ce produit sur le marché local.

Dans les principales villes de l'Ontario, le poisson d'eau douce passe par des grossistes qui desservent les petits restaurants et les poissonneries tout en exploitant leurs propres points de vente au détail. Toutefois, les grands restaurants et les traiteurs, qui achètent en grande quantité, s'approvisionnent en général directement auprès des entreprises de pêche.

Au cours de son enquête, le Comité a appris que l'une des principales chaînes de supermarchés et de distribution alimentaire au Québec a racheté récemment le fonds de commerce de l'un des distributeurs de poisson les plus importants et les mieux connus de Montréal. Cela témoigne sans doute de l'intention de cette chaîne de relancer ses ventes de poisson frais. Comme on le mentionne plus loin, l'accroissement des ventes de poisson et de fruits de mer dans les grandes chaînes de détail est un élément déterminant de l'ouverture du marché intérieur aux produits de la pêche canadienne. Les observateurs de l'industrie croient que si les ventes au détail de poisson frais au Canada poursuivent leur tendance à la hausse, elles pourraient amener une augmentation de 50 p. 100 des ventes de poisson et de produits dérivés sur le marché intérieur.

Il y a lieu de noter, selon les renseignements recueillis par le Comité, que le système de commercialisation du poisson au Canada n'a fait l'objet d'aucune étude détaillée et qu'il existe très peu de données pertinentes sur le marché intérieur du poisson. Par conséquent, le Comité recommande:

<sup>(1)</sup> Thorne, Stevenson & Kellog, *Evaluation of Fresh Freshwater Fish Processing and Marketing Opportunities Within Alberta*, novembre 1983, p. 14.