

poisson et de fruits de mer augmente et le Canada possède une forte capacité d'approvisionnement en homard, un crustacé auquel bien des gens dans le monde n'ont encore jamais eu accès. En outre, le homard canadien offre une gamme beaucoup plus étendue de tailles et de produits que son homologue américain : il pourrait, par conséquent, occuper un plus grand nombre de créneaux spécialisés. Le Canada y gagnerait peut-être à faire la promotion du homard conjointement avec l'industrie américaine sur le marché des États-Unis. D'après le président du Conseil canadien des pêches, «le Canada fait, à l'heure actuelle, la promotion du homard par l'intermédiaire de la CALPA et d'ententes fédérales-provinciales, ce dont profite l'industrie [américaine] par ricochet». ⁴⁹ On peut faire encore beaucoup, sans doute, pour mettre en valeur les qualités uniques du homard canadien, dont on dit que la carapace est plus dure et la chair plus ferme et plus savoureuse. ⁵⁰

Le Comité recommande donc :

- (6) que tous les secteurs de l'industrie du homard envisagent d'appuyer les conseils ou organismes de commercialisation afin d'augmenter l'information sur les marchés, d'améliorer les communications au sein de l'industrie et de coordonner les campagnes collectives. Ces conseils ou organismes pourraient recevoir de l'aide du gouvernement fédéral et des gouvernements des cinq provinces de l'Atlantique. Le financement fédéral pourrait se faire, au départ, sur une base de frais partagés. Les campagnes collectives devraient être coordonnées pour éviter le double emploi et en maximaliser l'efficacité et la rentabilité;
- (7) que les ministères et organismes fédéraux et provinciaux assurent l'aide nécessaire aux entreprises de transformation du homard qui veulent mieux s'équiper pour créer de nouvelles sortes de produits à valeur ajoutée par de nouvelles techniques de conditionnement;
- (8) que le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur et le ministère des Pêches et Océans, en consultation avec les exportateurs de homard canadiens, déterminent si des mécanismes de coopération entre le Canada et les États-Unis permettraient à l'industrie canadienne de faire la promotion du homard aux États-Unis;
- (9) que le ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur intensifie ses contacts avec les entreprises de transformation et les acheteurs de homard de la côte est, et qu'il s'efforce tout particulièrement de promouvoir encore davantage cette industrie et de mettre à sa disposition l'information et les rapports préparés par les missions commerciales du Canada à l'étranger;

⁴⁹ Délibérations du Comité sénatorial permanent des pêches, fascicule n°. 16, p. 11.

⁵⁰ Ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur, Direction des pêches, *Le homard canadien : Point de vue d'un importateur, Première conférence sur le homard canadien : Canada House*, 12 octobre 1989, p. 17.