

**territoriaux, une association chargée de lancer des campagnes de publicité visant à pousser la vente du poisson d'eau douce auprès des consommateurs canadiens.**

En outre, on devrait inciter les sociétés participantes à mettre en commun leurs idées d'amélioration. Elles ont plus à gagner d'un rehaussement de prestige de l'industrie qu'elles n'ont à perdre en échangeant des idées avec des concurrents. Par exemple, en perfectionnant les opérations d'écaillage, de classification et d'emballage du poisson ainsi que la mise au point et la publicité des produits, on pourrait pénétrer davantage les marchés canadiens et étrangers.

#### **4.3.2 Changement dans les habitudes de consommation**

L'augmentation de la demande de poisson a fait monter les prix. De fait, au Canada comme aux États-Unis, le prix du poisson a grimpé plus vite que celui de tout autre produit alimentaire au cours de la dernière décennie. Bien que la tendance ne soit pas encore évidente, les spécialistes croient qu'un changement des habitudes de consommation commencera à se produire aux extrémités supérieure et inférieure de l'échelle des prix. Les produits haut de gamme, comme l'omble chevalier, commencent à susciter moins d'intérêt chez les consommateurs à revenu moyen, qui achètent du poisson moins cher ou qui les remplacent par de la viande. Par ailleurs, les consommateurs à faible revenu ont commencé à remplacer le poisson par la volaille, qui coûte moins cher parce qu'elle est produite à proximité de la plupart des grandes villes. Si l'escalade des prix du poisson se poursuit, les consommateurs seront amenés à adopter les produits de l'aquiculture.

#### **4.3.3 Essor de l'aquiculture**

On n'a entrepris jusqu'ici aucune recherche sérieuse au sujet des répercussions probables de l'aquiculture sur l'industrie de la pêche en eau douce et en eau salée. Il semblerait cependant que d'ici à vingt ans, l'élevage du poisson aura des incidences considérables sur l'industrie traditionnelle de la pêche, à mesure que l'aquiculture deviendra plus perfectionnée.

Déjà, certaines espèces de poisson d'élevage sont offertes sur le marché à des prix concurrentiels. Ainsi, le saumon d'élevage norvégien et le saumon de l'Atlantique, produit par aquiculture au Canada, semblent mieux accueillis que le saumon sauvage, du fait qu'ils sont de taille uniforme et qu'on les croit de qualité supérieure. Une entreprise du sud des États-Unis qui élève et vend de la barbue, connaît un taux de croissance atteignant 60 p. 100 par année; son succès est largement attribuable à la qualité du produit, à la régularité des livraisons et aux économies d'échelle.

En aquiculture, les frais de transport et de récolte sont moindres. On peut élever le poisson à proximité des marchés et le livrer frais. Les dépenses de manutention et d'entreposage sont réduites au minimum. Le poisson est capturé au besoin, en quantités correspondant étroitement à la demande, de sorte qu'il n'y a presque pas de gaspillage. On n'a plus besoin de la longue chaîne de distribution, qui va du bateau au rivage, puis du rivage au marché, en passant par le camion, le train ou l'avion.

Le rendement du capital est aussi bien meilleur en aquiculture que dans la pêche traditionnelle. Les frais de capture sont beaucoup moins importants, le poisson étant élevé dans un milieu fermé où il peut être attrapé de la façon la plus efficace.