

[Text]

that he has contributed some valuable work to Parliament, as the chairman pointed out.

In looking at the whole question of fish marketing and its problems, including the Kirby report, have you ever looked at the Canadian Wheat Board model as perhaps a model that could be used for all of Canada? As you know, that board functions by an act of Parliament and is directed by Parliament to operate in the interests of the grain producers; so its mandate is fairly clear. It is a single marketing agency on the export side. It is able to have control over the assembling, the gathering together, and the selling of grain, wheat, oats and barley, and is able to enter into long-term agreements thereby assuring customers of continuing supply and good delivery. Within that system function all the component parts such as private enterprise, the private grain trade and the co-operative grain trade.

When Mr. De Bané was minister the Canadian Wheat Board people were invited, not to talk about fish but to give people interested in fish some idea of their operation for wheat and whether or not that kind of system might have some application to the fishing industry.

Mr. McGrath: Thank you, Senator Argue. That question has been looked at from time to time. Certainly in my 30 years as a Newfoundland politician that subject has been talked about quite frequently. I suppose you could almost say that that mode has been followed in terms of the Freshwater Fish Marketing Corporation and the Canadian Saltfish Corporation. These are single marketing agencies primarily. It has always met with a great deal of resistance in the Atlantic provinces, largely, I suspect, because some of the major producers own their own marketing and processing companies in the United States. That may be unfair, but I believe there is an element of truth in it; at least historically it was true, although it may not be true today. Also, the problem is that you have so many different kinds of fish. For example, the Canadian shellfish industry, which is largely centred in the Gulf of St. Lawrence, is a very valuable fishing industry. It is unique and so different from Canadian groundfish you cannot really talk about the two in the same kind of marketing framework.

The Kirby report, I believe, addresses the problem in the recommendations that he made with regard to setting up a Canadian fish marketing commission. That is something that needs further study. I believe we need some kind of federally co-ordinated marketing as opposed to leaving it to the private sector.

I also believe that has to be complemented and, indeed, supported by some kind of federal initiative in terms of seeking out new markets. In other words, on the one hand we have to seek out the new markets so that the new marketing commission can move in and take it over. That function should be the function of the external trade people within the Department of External Affairs, but I do not think that they fully appreciate

[Traduction]

mentaire et je sais qu'il a fourni une contribution très valable au Parlement, comme le président l'a signalé.

Lorsque vous avez examiné l'ensemble de la question de la commercialisation du poisson et ses problèmes, y compris le rapport Kirby, avez-vous jamais envisagé de vous servir de la Commission canadienne du blé comme modèle pour tout le Canada? Comme vous le savez, cet organisme existe grâce à une loi du Parlement et a pour mandat de servir les intérêts des producteurs de grain; par conséquent, son mandat est très clair. C'est l'unique organisme de commercialisation pour ce qui est des exportations. Il a le pouvoir de contrôler la récolte, la mise en commun et la vente des grains—blé, avoine et orge—et est en mesure de conclure des accords à long terme assurant aux consommateurs des approvisionnements permanents et des livraisons de qualité. A l'intérieur de ce système, tous les éléments fonctionnent comme des entreprises privées, tant les producteurs privés que les coopératives.

Lorsque M. De Bané était le ministre responsable de la Commission canadienne du blé, des spécialistes de cet organisme avaient été invités à parler non pas du poisson mais à donner à ceux qui s'intéressaient à la pêche une idée du fonctionnement de la Commission du blé et des applications possibles du système de commercialisation du blé sur l'industrie de la pêche.

M. McGrath: Je vous remercie, sénateur Argue. Cette question a été examinée de temps à autre. Certainement qu'en 30 ans de politique à Terre-Neuve, cette question a été soulevée très souvent. Je suppose que vous pourriez presque dire que cet exemple a été suivi en ce qui concerne l'Office de commercialisation du poisson d'eau douce et celui du poisson salé, qui sont d'abord des organismes uniques de commercialisation. Ces organismes ont toujours suscité une résistance farouche dans les provinces de l'Atlantique, en grande partie parce que certains des grands producteurs ont leur propre société de commercialisation et de conditionnement aux États-Unis; à mon avis, au moins du point de vue historique, c'est peut-être injuste, mais c'est vrai, même si ce ne l'est peut-être plus aujourd'hui. En outre, le problème découle du fait que vous avez tellement de sortes différentes de poissons. Par exemple, l'industrie canadienne des mollusques et crustacés, qui est largement concentrée dans le golfe du Saint-Laurent, est un secteur très valable. Elle est si différente de celle des poissons de fond que vous ne pouvez réellement viser à mettre les deux dans le même cadre de commercialisation.

A mon avis, le rapport Kirby attaque le problème par ses recommandations en vue de permettre la mise sur pied d'une commission canadienne de commercialisation du poisson. Toutefois, cette question doit faire l'objet d'autres études. J'estime que nous avons besoin d'une certaine coordination fédérale à ce niveau plutôt que de laisser le secteur privé s'en occuper.

J'estime également que ces mesures doivent être complétées et, de fait, appuyées par une quelconque initiative fédérale pour ce qui est de la recherche de nouveaux marchés. Autrement dit, d'une part, nous devons chercher de nouveaux marchés que pourra attaquer la nouvelle commission de commercialisation, et cette tâche devrait relever des fonctionnaires du commerce extérieur du ministère des Affaires extérieures, mais