

Le mécanisme d'octroi des permis serait ainsi entièrement entre les mains des gouvernements provinciaux ou territoriaux. Comme autre moyen de développer le marché intérieur, le Comité recommande:

- (17) Que l'Office poursuive ses efforts pour accroître la distribution et la vente de poisson d'eau douce dans la région de l'Ouest et dans le centre du pays.**

Cette recommandation suppose que l'Office améliore l'emballage du poisson destiné au marché canadien, pour le rendre au moins semblable à celui qu'il utilise sur le marché américain et dont la qualité est supérieure à celui de la plupart de ses concurrents.

Le Comité reconnaît que l'Office, en collaboration avec d'autres organismes (l'Institut des eaux douces, par exemple), a eu un certain succès dans la mise au point de produits comme le caviar doré, les bajoues de doré jaune, etc. Il invite donc instamment l'Office à faire mousser la vente de ces produits sur le marché canadien.

L'augmentation de la consommation de poisson au Canada est liée à la stimulation des ventes de poisson frais dans les grandes chaînes d'alimentation et les poissonneries. À l'heure actuelle, on y trouve surtout des filets et du poisson entier présentés en vrac dans de grands congélateurs. Cette présentation peut difficilement concurrencer les étalages de viandes rouges, de volaille et de porc.

Aux États-Unis, au contraire, on trouve dans la plupart des supermarchés un comptoir de poisson frais, équipé de grands réfrigérateurs ouverts. Des commis sont normalement affectés au service de la clientèle, tout comme il y a des bouchers dans la section des viandes. On offre des aubaines, on distribue des échantillons, et les clients peuvent se procurer des recettes et des dépliants ainsi que les sauces et condiments nécessaires pour préparer un bon plat de poisson.

C'est au Canada que les producteurs de poisson d'eau douce ont les meilleures chances de prendre de l'expansion. Pourtant, jusqu'à maintenant, ils ne se sont pas encore donné la peine de tenter d'exploiter pleinement le potentiel du marché de détail canadien, ni de montrer la rentabilité d'un comptoir de poisson frais dans un supermarché. En prenant avis auprès des spécialistes des grandes chaînes américaines, qui considèrent la vente du poisson frais comme une de leurs principales sources de profit, les gestionnaires canadiens pourraient mettre à l'essai de nouvelles méthodes de commercialisation dans les supermarchés.

En ce qui concerne le développement d'un marché intérieur d'envergure (qui comprenne le centre du Canada) pour l'écoulement du poisson d'eau douce, le Comité recommande:

- (18a) Que le ministère des Pêches et Océans poursuive son objectif de favoriser la qualité dans la commercialisation du poisson d'eau douce, afin d'améliorer la réputation de ce poisson et, ainsi, d'en accroître la consommation.**
- (18b) Que le Conseil ontarien de la pêche commerciale, en collaboration avec d'autres associations de l'industrie comme l'Association des producteurs de poisson de l'Ontario, s'emploie à développer et à stimuler la vente du poisson d'eau douce dans les grandes chaînes d'alimentation de l'Ontario.**
- (18c) Que les entreprises de pêche en eau douce des régions de l'Ouest et de l'Ontario forment, avec l'aide des gouvernements fédéral, provinciaux et**