

[Text]

in a lot of our Canadian companies, to maybe handle that. And I think, in the short term, that the deals, the over the side deals, in many cases, are beneficial to the fishermen. And I am not totally sure that they are totally beneficial to the whole industry, in that, in many cases, we may end up trying to market similar products with the people that we just sold the stuff over the side to.

**The Chairman:** You know our thrust is towards the marketing of fish. And we are supposed to be the leaders in technology. We are exporting more fish than anybody in the world. But there still must be room for potential, which is the example that you are placing before us, that we can't handle certain types of fish, because they are in excess supply.

But we were in the West Coast of Newfoundland. And while we were sitting at our meetings, there was a Russian dragger with 100 people on board processing herring. So, I am just trying to establish if we are right in the fact that we still have a lot more to learn in technology and in marketing, in order to get the value-added out of those fish that you are talking about, and process them more to the end degree, and sell them on our own markets. That is just a comment.

What are you doing in Canada? We find that we are not concentrating on the 25 million people in Canada, in our marketing strategy.

**Mr. Kozak:** Well, I think, again, we are dealing with a free market, where you really can't tell people what to eat. That is not the case with some of the others, when it is going over the side, and going back to some of the domestic east bloc countries. I guess you have got to eat what you can get.

But I think here, in terms of sardines, I think there will be people from Connors Brothers here this morning, and they will have a better idea of what is happening in the domestic market. But in the larger fish, for instance, like the ones that were going over the side, I don't think there is a tremendous market in Canadians. There is an ethnic market in many cases, but that is about the extent of it. And of course, many of those, as an example, the eastern Europeans eat a lot of herring, but of course, the second generation does not. So that, you have lost that as well.

So, I think the products, in many cases, it has to do a lot more with the Canadian palate than anything else. And you will find many Canadians, there are two things that many Canadians don't eat. One is herring, marinated herring products, and the second is salt fish. Both of which are excellent, but both of which Canadians don't eat a lot of, especially, I would say, the ones from further - your central Canadians, central Canada, where most of the population is.

**The Chairman:** We don't eat a lot of it, but the marinated herring that we are shipping out raw to the United States, and

[Traduction]

ne dotant pas les entreprises canadiennes de la souplesse nécessaire pour faire face à cette situation. Et je pense que les affaires, les affaires bord à bord, sont, dans de nombreux cas, à l'avantage des pêcheurs, du moins à court terme. Mais je ne suis pas complètement sûr qu'elles soient à l'avantage de l'industrie dans son ensemble parce que, dans bien des cas, nous pouvons nous retrouver à tenter de commercialiser auprès des mêmes personnes des produits similaires à ceux que nous venons de leur vendre bord à bord.

**Le président:** Vous savez que nos efforts sont dirigés dans le sens de la commercialisation du poisson. Nous sommes censés être à l'avant-garde de la technologie. Nous exportons plus de poisson que n'importe qui dans le monde. Mais il y a encore place pour l'amélioration, comme en témoigne l'exemple que vous nous exposez, à savoir que nous ne pouvons commercialiser certains types de poissons, parce qu'ils sont en trop grand nombre.

Mais nous avons été sur la côte ouest de Terre-Neuve. Et pendant que nous étions assis à discuter, il y avait un dragueur russe avec 100 personnes à bord en train de transformer du hareng. Ce que j'essaie de savoir c'est si nous avons raison de penser que nous avons encore beaucoup à apprendre sur le plan de la technologie et du marketing pour profiter de la valeur ajoutée de ces poissons dont vous parlez et pour les transformer plus avant afin de les vendre sur nos marchés. C'est juste une remarque en passant.

Que faisons-nous au Canada? Nous ne nous concentrons pas sur les 25 millions de personnes qui habitent le Canada dans notre stratégie de commercialisation.

**M. Kozak:** Si vous voulez mon avis, nous avons affaire à un milieu où les règles du marché jouent librement. Nous ne pouvons pas dire aux gens quoi manger. Ce n'est pas le cas pour certains autres à qui nous vendons bord à bord et qui retournent dans certains des pays de l'Est. Je pense que là vous devez manger ce que vous trouvez.

Mais ici. Prenez le cas des sardines. Je pense qu'il viendra des gens de la firme Connors Brothers ce matin. Ils sauront bien vous dire ce qui se passe sur le marché intérieur. Mais, en ce qui concerne les poissons plus gros comme ceux qui se vendent bord à bord, par exemple, je ne pense pas qu'il y ait un marché formidable au Canada. Il y a le marché des immigrants dans bien des cas, mais c'est à peu près tout. Encore là, plusieurs d'entre eux, les Européens de l'Est par exemple, mangent beaucoup de hareng, mais la seconde génération ne le fait plus. Alors vous avez perdu ce marché là aussi.

Aussi, je pense qu'en ce qui concerne les produits, cela a plus à voir avec le goût des Canadiens qu'avec toute autre chose. Vous pouvez constater qu'il y a deux choses que la plupart des Canadiens ne mangent pas. L'une d'elles est le hareng, les produits de hareng mariné, la deuxième est le poisson salé. Ce sont deux excellents produits mais que les Canadiens ne mangent pas beaucoup, particulièrement ceux qui habitent plus loin je dirais ceux du centre du pays où se trouve la plus grande partie de la population.

**Le président:** Nous n'en mangeons pas beaucoup. Mais le hareng mariné que nous expédions à l'état brut aux États-Unis nous revient dans les petits pots de Vita Foods, des petits pots