

L'ajournement

Les producteurs de pommes fraîches font face à des problèmes de prix et de surproduction mondiale. Au cours des longues audiences du Conseil national de commercialisation des produits agricoles, on a démontré à de nombreuses reprises que le principal problème des producteurs résidait dans le prix. En 1989, le producteur moyen touchait 9,5c. pour des pommes qui lui coûtaient plus de 14c. la livre à produire; il est difficile d'être rentable dans de pareilles conditions.

Le Conseil national de commercialisation a accepté les recommandations des producteurs. Je voudrais très rapidement me pencher sur ces dernières, monsieur le Président. Elles sont excellentes et répondent fort bien aux préoccupations des Canadiens au sujet des offices de commercialisation.

Premièrement, ce système assurera un rendement raisonnable aux producteurs efficaces. On permettra des importations substantielles—un tiers—au Canada. Les quotas n'auront aucune valeur. Il n'y aura aucune pénurie de pommes à cause de la gestion de l'offre. Les pomiculteurs seront encouragés à produire des pommes de haute qualité dans les variétés souhaitées par les consommateurs canadiens.

• (1830)

L'office aura pour objectif d'encourager la demande en respectant les conditions du GATT et de l'Accord de libre-échange.

Je voudrais donc savoir ceci: Quand le gouvernement va-t-il commencer à donner suite aux recommandations du Conseil national de commercialisation des produits agricoles et de la grande majorité des pomiculteurs canadiens et va-t-il prendre immédiatement des mesures pour mettre sur pied un office national de commercialisation des pommes fraîches dans l'intérêt de tous les Canadiens?

M. Murray Cardiff (secrétaire parlementaire du ministre de l'Agriculture): Monsieur le Président, pour répondre au député, à la demande des producteurs de pommes, le Conseil national de commercialisation des produits agricoles a mené une enquête pour savoir s'il faut créer un office national de commercialisation des pommes. Le conseil a publié son rapport le 8 mai 1991. Bien que ce rapport recommande de créer à l'avenir un office national de commercialisation des pommes doté de tous les pouvoirs prévus à l'article 22 de la Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme, il

reste à prendre un certain nombre de mesures avant qu'on ne puisse proclamer sa création.

Ces mesures comprennent entre autres l'élaboration d'un plan de commercialisation plus détaillé et la nécessité de tenir compte des principes de gestion de l'offre de la deuxième génération, de même que des obligations commerciales du Canada à l'échelle internationale.

L'élaboration et la mise en oeuvre d'un véritable office national de commercialisation des pommes nécessiteront en outre une proche collaboration et la participation de part des gouvernements provinciaux pour faire en sorte que, dès le départ, le processus tienne compte du point de vue des provinces. Le ministre a donc entrepris des discussions et demandé aux provinces productrices de pommes de formuler des commentaires sur le rapport du conseil. Parmi ces provinces, il y a le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique.

Le ministre de l'Agriculture s'est aussi informé auprès du ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur, ainsi que du ministre des Consommateurs et des Sociétés de ce que cela signifiait pour les obligations commerciales du Canada et pour son secteur de transformation, de même que des incidences qu'il y aurait sur les consommateurs.

C'est seulement après avoir consulté les gouvernements provinciaux et le Cabinet que le gouvernement sera en mesure de donner d'autres directives au Conseil national de commercialisation des produits agricoles et aux pomiculteurs quant aux futures étapes du processus.

Je crois que le député conviendra qu'il s'agit bien là de la façon de procéder.

En attendant, nous encourageons les producteurs de pommes à continuer leurs efforts pour développer un système amélioré de commercialisation. Pendant l'enquête, les producteurs ont reconnu qu'il y avait un certain nombre de questions qu'ils doivent résoudre eux-mêmes pour améliorer leur système de commercialisation. Il y a notamment les systèmes d'information, de fixation des prix, de promotion et des données commerciales. Agriculture Canada a donné 50 000 \$ au comité des pommes du Conseil canadien de l'horticulture pour l'aider à analyser les problèmes de la structure de commercialisation actuelle, à évaluer les options et à faire des recommandations qui seront incorporées dans la stratégie de commercialisation à long terme des pommes canadiennes.