

au monde: elles sont encore plus sévères que les normes américaines.³⁶ Les représentants de la Clearwater Fine Foods ont signalé au Comité que plus de 10 p. 100 de tout le homard récolté au Canada est jeté aux poubelles avant même d'arriver au consommateur. Une proposition extrêmement importante a été formulée à cet égard: sensibiliser tous les secteurs de l'industrie aux méthodes appropriées de manipulation du homard, de la capture jusqu'à la consommation. On a expliqué, en effet, qu'une mauvaise manipulation du homard vivant peut entraîner des pertes durant le transport, l'entreposage et l'exportation, pertes dont le coût se répercute sur le consommateur.

Avant 1986, les activités de commercialisation du MPO comportaient trois grands volets : la promotion, les politiques et services externes, la planification et les renseignements sur les marchés. Dans le cadre d'une initiative de privatisation cette année-là, le ministère a démantelé sa direction de la commercialisation et le gouvernement fédéral a cessé de s'occuper directement de la publicité générique. Certaines activités de commercialisation et de promotion du ministère ont été transférées au ministère des Affaires extérieures et du Commerce extérieur (AECEC). Bien que le groupe de l'analyse des marchés, à la Direction générale de l'analyse économique et commerciale du MPO, assure une analyse de base du marché,³⁷ il ne compte que cinq membres et est relativement petit, compte tenu de l'ampleur de la tâche.³⁸

Dans son étude de 1989 sur la commercialisation du poisson, le Comité en est arrivé à la conclusion que les fruits de mer de la côte est sont l'une des sources de protéines les plus "sous-commercialisées" et que l'industrie de la pêche au Canada, en tant que secteur de production primaire, s'était par le passé concentrée davantage sur la production que sur la commercialisation -- en pêchant tout ce qu'elle pouvait attraper et en essayant par la suite de vendre ces prises.³⁹ La commercialisation, par opposition à la vente, nécessite une planification à long terme et tient compte des besoins de segments précis du marché autant que de la disponibilité des ressources. Manifestement, en ce qui concerne le homard canadien, il faut

³⁶ Les services d'inspection du MPO garantissent que le poisson et les produits du poisson canadiens satisfont aux normes appropriées concernant le classement, la manipulation, l'identification, la transformation, la qualité et la sécurité, et que le poisson et les fruits de mer importés répondent aux normes minimales d'identification, de qualité et de sécurité. Ces responsabilités sont prévues dans la Loi et le Règlement sur l'inspection du poisson, le Règlement sur le contrôle sanitaire des pêcheries de coquillages et certains articles du Règlement sur les aliments et drogues et du Règlement sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation. Au moment de la rédaction du rapport, les États-Unis n'avaient pas de système obligatoire d'inspection du poisson. Le ministère américain du commerce exploite un programme volontaire, selon une formule de rémunération des services, où il utilise le sceau d'inspection du gouvernement.

³⁷ Ministère des Pêches et des Océans, "Réponse relative à la commercialisation du poisson au Canada : le Comité sénatorial permanent des pêches, Rapport sur les pêches de la côte Est -- Rapport provisoire III", novembre 1990.

³⁸ Avant 1986, le Groupe de l'analyse des marchés comptait environ 35 années-personnes. Voir Canada, Chambre des communes, *Procès-verbaux et témoignages du Sous-comité des pêches du Comité permanent des forêts et des pêches*, fascicule n° 10, le 7 juin 1990, pp. 1-34.

³⁹ Comité sénatorial permanent des pêches, *La commercialisation du poisson au Canada : Rapport III sur les pêches de la côte Est*, décembre 1989, pp. 3, 83, 118.