



Canada

External Affairs and
International Trade Canada

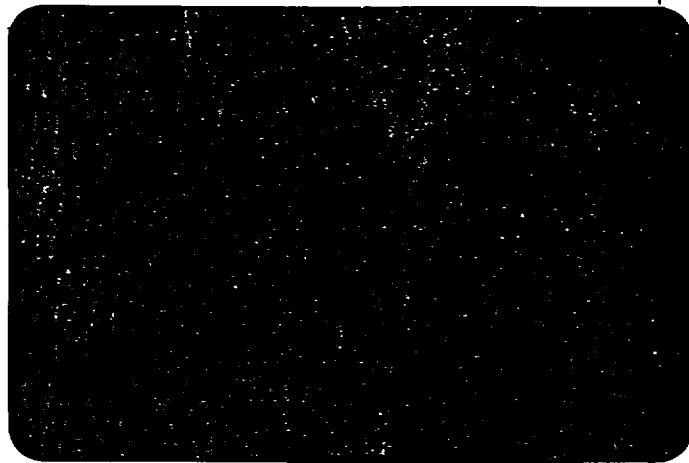
Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Prepared by the In
Development Bran

parée par le Secteur de
commerce extérieur

DOCS
CA1 EA660 90C14 EXF
Canadian lobster - resource
management and market development
43258946



LE HOMARD CANADIEN GESTION
DE LA RESSOURCE ET DEVELOPPE-
MENT DU MARCHE

DAVID SHORTALL
DIRECTEUR ADJOINT
DIVISION DES PECHERIES
AFFAIRES EXTERIEURES ET COMMERCE
INTERNATIONAL CANADA
OTTAWA

21^e conférence annuelle sur les crustacés
de la Shellfish Association of Great Britain
Londres (Angleterre)
15 et 16 mai 1990

INTRODUCTION

La pêche au homard est l'une des premières pêches commerciales que l'on ait développées au Canada. En fait, la conserverie du homard est, avec celle du saumon, l'une des deux plus anciennes industries de transformation du Canada. La première usine de transformation de homard a été construite dans la province du Nouveau-Brunswick en 1987 et, vers 1900, elles étaient déjà au nombre de 767 et exportaient la majeure partie de leur production au Royaume-Uni. Le Royaume-Uni demeure notre plus important marché pour le saumon en conserve, mais il a cessé d'être un important débouché pour notre homard et c'est là une situation que nous essayons de changer.

Deux types de homard se retrouvent sur le marché de l'alimentation : la langouste, ou le homard sans pinces, et le homard proprement dit. Il existe une trentaine d'espèces de langoustes connues sous des noms divers, notamment "écrevisses", "rock lobster", et "crayfish", que l'on retrouve tant en eau froide qu'en eau tiède et dont l'aire de distribution s'étend, au nord, aussi loin que le Japon et le Royaume-Uni et, au sud, aussi loin que la Nouvelle-Zélande et l'Afrique du Sud.

Il n'existe en revanche que deux espèces de homard, le homard américain (*Homarus americanus*) et le homard européen (*Homarus gammarus*). Ce sont là les deux seules espèces de crustacés que, dans de nombreux pays, y compris les États-Unis, il est légalement permis d'appeler des "homards". Les prises débarquées de homards et de langoustes ont très nettement augmenté au cours des années 1980. À l'échelle mondiale, celles-ci sont passées de 107 000 tonnes en 1982 à plus de 145 000 tonnes en 1988.

Le Canada est le premier fournisseur mondial de homard et ses prises constituent plus de 25 p. 100 de l'approvisionnement mondial. Les États-Unis, l'Australie et Cuba sont également des fournisseurs importants. Les prises de homard (*homarus*) à

l'échelle mondiale ont connu, au cours des dernières années, une croissance supérieure à celle des langoustes et cette croissance se poursuit encore aujourd'hui. De plus, il semble que le niveau mondial des prises de langouste se soit stabilisé.

En 1989, les prises débarquées par les homardiens canadiens ont totalisé 38 500 tonnes, soit une valeur marchande d'environ 250 millions de dollars (CAN). La pêche au homard fournit un produit dont les ventes ne le cèdent qu'à celles de la morue canadienne de l'Atlantique et qui, ainsi, est devenu une source importante de revenu pour un grand nombre de Canadiens qui pratiquent la pêche à une échelle artisanale. L'industrie du homard compte également plus de 200 acheteurs et exploitants d'usines de transformation.

DISTRIBUTION

Le homard américain se rencontre exclusivement dans les eaux de la côte Atlantique de l'Amérique du Nord, entre le Labrador et la Caroline du Nord, et les zones de pêche commerciale de cette espèce s'étendent de Terre-Neuve à la Virginie, mais se concentrent plus particulièrement dans le golfe du Maine, la côte sud-ouest de la Nouvelle-Écosse et la région sud du golfe du St-Laurent. La pêche au homard est essentiellement une pêche côtière. Les homards sont capturés à quelques kilomètres de la côte, dans des eaux dont la profondeur atteint environ 45 mètres. En 1971, une pêche hauturière a vu le jour au banc Georges, dans le golfe du Maine.

HABITAT

Le homard préfère un habitat où il peut se mettre à couvert. Dans les crevasses en eaux profondes au large des côtes américaines, les pêcheurs ont trouvé des homards nichés individuellement dans des anfractuosités situées dans des parois de glaise. Le homard côtier établit souvent domicile sur des fonds rocheux qui offrent un abri approprié à un grand nombre d'entre

eux. Même lorsqu'il s'agit de fonds sablonneux ou boueux, il n'est pas rare que les homards cherchent à se cacher sous des pierres à peine plus grosses qu'eux.

Le homard est une espèce ovipare dont les oeufs sont retenus sous le ventre de la femelle par une espèce de glu. En règle générale, les oeufs éclosent l'été et les jeunes larves sont entraînées à la surface où elles se nourrissent de petits organismes planctoniques. Après trois à six semaines, les larves redescendent au fond de l'eau pour commencer leur existence sédentaire. Le taux de mortalité est très élevé chez les larves flottantes et seulement environ 1 p. 100 d'entre elles se sédentariseront.

Le taux de mortalité des larves est certes très élevé, mais il faut aussi noter que les femelles produisent un très grand nombre d'oeufs. Ainsi, par exemple, une femelle dont la carapace (sans la queue) ne mesure que trois pouces de longueur pond environ 7 500 oeufs à la fois. Même si seulement 1 p. 100 d'entre eux survivent, cela signifie que, à chaque période de reproduction, chaque femelle mène environ 75 rejetons à terme. Les femelles de taille moyenne des pêcheries de la baie de Fundy produisent facilement plus de 30 000 oeufs à chaque ponte tandis que les homards "jumbos" (dont la carapace mesure plus de 5 pouces) en produisent plus de 40 000.

Lorsque, pendant sa croissance, le homard augmente de volume, il doit abandonner sa carapace pour une nouvelle. Ce processus s'appelle la mue. La température de l'eau joue un rôle essentiel dans la rapidité de croissance du homard. Ainsi, plus l'eau est chaude, plus le homard croît rapidement, d'où des mues également plus fréquentes. Ainsi, par exemple, dans le détroit de Northumberland, où la température de l'eau pendant l'été peut atteindre 20 degrés celsius, un homard de la longueur minimale

réglementaire de 2,5 pouces à la carapace peut muer deux fois par an.

Lorsque le homard qui a mué remplit de nouveau sa carapace, son poids a augmenté d'environ 50 p. 100. Ainsi, le homard du détroit de Northumberland qui pesait 7 onces avant la mue pèsera environ une livre après la première mue alors qu'un homard provenant d'une région où l'eau est plus froide pèsera en moyenne 10 onces et ne subira qu'une seule mue par an.

La température de l'eau influe également sur l'âge auquel le homard atteint sa maturité sexuelle. Ainsi, par exemple, les femelles homards qui vivent dans le détroit de Northumberland atteignent leur maturité sexuelle vers trois ans, alors qu'elles pèsent environ 7 onces, tandis que celles de la baie de Fundy atteindront la leur vers l'âge de huit ans, c'est-à-dire au moment où elle pèseront environ 1,5 livre.

SAISONS DE PÊCHE

Dans la région Atlantique du Canada, il n'existe pas moins de 38 districts de pêche au homard et les dates d'ouverture et de clôture des périodes de pêche diffèrent dans 26 cas. En gros, on pêche le homard au Canada toute l'année durant. Toutefois, la majeure partie des prises s'effectue pendant deux périodes distinctes allant de fin avril à fin juillet et de début décembre à fin janvier. Environ 75 p. 100 des prises s'effectuent entre mai et juillet.

Environ 80 p. 100 des prises s'effectuent en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à l'Île-du-Prince-Édouard, le Québec et Terre-Neuve étant les principaux lieux de pêche pour les 20 p. 100 restant.

GESTION DE LA RESSOURCE

Après plusieurs années de décroissance, les prises canadiennes de homard ont affiché une remarquable croissance au cours de la dernière décennie. Plafonnant à 19 000 tonnes en 1978, elles ont, depuis, progressé régulièrement pour atteindre près de 40 000 tonnes en 1989. Le homard canadien est aujourd'hui dans le monde l'espèce biologiquement la mieux conservée de sa catégorie. Ce résultat est le fruit d'une gestion rigoureuse de cette ressource de la part du ministère canadien des Pêches et des Océans.

La pêche au homard au Canada est en fait réglementée depuis 1973 et, avec le temps, cette réglementation a évolué vers une plus grande stabilité du rendement de la pêche en dépit d'une forte concurrence entre les pêcheurs, de variations dans le rythme des prises et de variations cycliques quant à l'évolution de l'espèce elle-même. Sous sa première forme, la réglementation canadienne visait non seulement à prescrire la longueur minimale des prises, mais également à décourager la capture des spécimens à carapace molle ainsi que celle des femelles ovigères. La nature de cette réglementation a largement évolué en fonction des exigences du marché.

Des dimensions minimales quant à la longueur de la carapace ont d'abord été introduites en 1930, puis, de nouveau, en 1950. Au cours des 20 dernières années, les premières mesures réglementaires qui ont été prises visaient à réduire la capacité de prise de l'industrie canadienne de la pêche au homard tout en la dotant d'une plus grande stabilité économique. Une limitation du nombre des trappes à homard a ensuite été introduite, suivie par une limitation du nombre de pêcheurs afin de restreindre les transferts de permis. Ainsi, un programme de rachat, en vigueur depuis 1975, a permis d'éliminer quelque 1 600 permis de pêche.

Les répercussions de ces mesures ont été à la fois d'ordre biologique - augmentant de façon substantielle le volume des prises - et d'ordre économique - augmentant le nombre et la valeur des prises par bateau. L'industrie du homard est aujourd'hui une industrie viable et prospère constituée d'un noyau de pêcheurs professionnels qui tirent la majeure partie de leurs revenus du homard.

Ces mesures ont été mises en place par l'intermédiaire d'un processus consultatif auquel ont participé les divers groupes d'intérêts de l'industrie, c'est-à-dire les pêcheurs, les acheteurs et les exploitants d'usines de transformation. Un régime de gestion basé sur le principe d'une saine gestion du homard comme ressource et de la nécessité d'assurer la viabilité économique du secteur qui en assure l'exploitation constitue le moteur essentiel du maintien de la prédominance du Canada en tant que producteur mondial de homard.

TAILLE DE LA CARAPACE

J'aimerais dire quelques mots au sujet de la réglementation concernant les dimensions des carapaces. Comme vous le savez peut-être, le Canada est actuellement engagé dans une dispute commerciale avec les États-Unis au sujet de certaines limitations de la taille minimale des carapaces qui restreignent l'importation de homards canadiens vivants de dimensions minimales inférieures à celles qui sont en vigueur aux États-Unis.

Dans ce contexte, les États-Unis ont adopté un calendrier de majoration progressive (par étapes annuelles) de la taille minimale de la carapace des homards visant à porter celle-ci à 3 5/16 pouces d'ici 1992. Certains États des États-Unis se sont également dotés de règlements qui interdisent la vente de homards canadiens de dimensions inférieures aux dimensions prescrites sur leur territoire.

Le homard canadien varie à l'heure actuelle de 2 1/2 pouces (à la carapace) à l'île-du-Prince-Édouard à 3 3/16 pouces dans la majeure partie de la Nouvelle-Écosse, dans la baie de Fundy, au Nouveau-Brunswick, et à Terre-Neuve.

Dans le cadre de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis, une commission binationale a été créée à la demande du Canada pour se pencher sur ces réglementations concernant les dimensions des homards. Lorsque la commission aura fait connaître ses conclusions, normalement vers le 15 mai, le Canada disposera de 60 jours pour y répondre.

PRODUITS DÉRIVÉS DU HOMARD

J'aimerais maintenant dire quelques mots au sujet des divers types de produits dérivés du homard que l'on trouve au Canada et non seulement définir les marchés auxquels ils s'adressent, mais également indiquer de quelle façon nous souhaitons en augmenter la vente au Royaume-Uni et ailleurs en Europe.

Les trois principaux produits dérivés du homard constituent à eux seuls 95 p. 100 de la production. Ce dont les homards vivants, les homards congelés en saumure et la chair de homard congelée en conserve. Pour les fins commerciales, il existe trois classes de homard : le homard dit de conserverie (1/2 à 1 livre), le homard destiné à être vendu vivant (1 livre à 3 livres) et le homard "jumbo" (plus de 3 livres). Le homard de conserverie est principalement utilisé pour les produits congelés tandis que celui des deux autres classes est destiné à être vendu vivant.

LE HOMARD VIVANT

Le homard vivant constitue environ 50 p. 100 de la production canadienne de homard, ce qui, en 1989, a représenté quelques 19 000 tonnes. Grâce aux importants volumes de prises produits par l'industrie canadienne, une grande variété de homards de dimensions différentes peut être offerte sur le marché. En fait, il n'existe pas moins de 11 catégories différentes de homards répertoriées selon une fourchette de poids allant d'une livre à quatre livres, et même davantage. Les homards vivants sont principalement destinés au marché des restaurants-traiteurs en raison de leur prix plus élevé.

Une augmentation de l'approvisionnement a également rendu nécessaire une amélioration des techniques de manutention, de stockage et d'expédition afin de réduire autant que possible le taux de mortalité. La réglementation des pêches canadiennes exige que les homards soient encore "vivants" au moment de la vente. Toutefois, selon les normes d'expédition, un taux de mortalité de 5 p. 100 est jugé tolérable. Au cours des dernières années, le taux de mortalité a été maintenu nettement en dessous de ce niveau puisqu'il a atteint en moyenne 1 p. 100.

LES VIVIERS À HOMARD.

La majeure partie des prises s'effectue au printemps et à l'automne. Toutefois, ces prises ne coïncident pas nécessairement avec les périodes où la demande est la plus forte. Par conséquent, les producteurs canadiens ont dû recourir de plus en plus à la technique des viviers pour être capables d'approvisionner le marché toute l'année durant. La création des viviers a constitué un facteur déterminant dans l'évolution de l'industrie du homard.

La technique des viviers revêt des formes diverses et plus ou moins complexes. Ainsi, par exemple, on peut, pour ce faire,

utiliser de simples caisses en bois ou encore des cages de dimensions plus vastes ancrées sur le fond marin, mais on peut également recourir à des parcs clôturés aménagés dans des criques ou, mieux encore, à des installations complexes construites sur la terre ferme et dotées de système de filtration en vase clos, comme celles qui ont été mises au point par une entreprise canadienne. En 1988, il existait dans les provinces de l'Atlantique plus de 150 exploitants de viviers à homard détenteurs d'un permis.

L'adjonction d'un système de filtration en circuit fermé constitue le progrès le plus révolutionnaire dans la technologie de la conservation des homards vivants. Avant d'être mis par milliers dans des barquettes individuelles baignant sans cesse dans une eau salée maintenue à basse température, les homards sont classés selon la taille, le sexe, l'étape de mue et l'état de santé. Il n'existe pas de limite à la durée de conservation des homards dans cet état de métabolisme réduit où ils n'ont virtuellement aucun besoin de nourriture. Ainsi, par exemple, sur une période de 10 mois, la perte de poids ne dépasse pas 5 p. 100 et on ne constate aucun effet nuisible sur la qualité ou le goût de leur chair.

Les techniques de compartimentation éliminent le cannibalisme, qui est un comportement courant chez les homards. Le maintien de la température à un niveau bas et constant et la limitation des dépenses d'énergie ont également pour effet de produire des homards dont la chair est plus ferme et la carapace à la fois plus dure et plus généreusement. Il en résulte donc un produit de qualité supérieure qui demeure disponible dans les périodes hors saison et qui peut être offert sur le marché non seulement dans des quantités adaptées à la demande, mais également à un prix plus avantageux.

Trois viviers à milieu contrôlé ont été construits au Canada depuis 1982. Ils sont situés en Nouvelle-Écosse et à l'île-du-Prince-Édouard et possèdent à eux trois une capacité de stockage

pouvant aller jusqu'à trois millions de livres. Grâce à ces installations qui constituent le nec plus ultra de la technologie en matière de conservation du homard, le Canada est à l'avant-garde dans ce domaine.

HOMARD ENTIER CONGELÉ

Le dérivé du homard le plus important après le homard vivant est le homard congelé en saumure. Il constitue environ 30 p. 100 de la production canadienne de homard. Il s'agit d'un produit congelé précuit emballé sous vide dans des sachets contenant de l'eau salée. La réglementation canadienne exige que les homards soient encore vivants au moment de la cuisson.

Ce sont généralement les homards des catégories de poids les moins élevées qui entrent dans la fabrication des paquets congelés, lesquels sont principalement destinés au commerce de détail. Il n'en n'existe pas moins huit catégories de poids normalisées allant de 250 grammes à 650 grammes.

On dénombre dans la région atlantique canadienne, surtout au Nouveau-Brunswick, à l'île-du-Prince-Édouard et au Québec, plus de 65 usines de transformation qui produisent de la conserve de homard ou du homard congelé.

LA CHAIR DE HOMARD CONGELÉE

La chair de homard congelée constitue environ 15 p. 100 de la production canadienne de homard. Il s'agit d'un produit en conserve congelé que l'on obtient à partir de homards précuits et débarrassés de leur carapace. La congélation, au lieu de la stérilisation et de la cuisson à l'autoclave, retarde le développement des bactéries sans affecter la texture de la chair.

Ce produit est souvent désigné en anglais sous le nom de "cold pack". On ne doit le dégeler qu'au moment de la consommation. Cinq différentes catégories ou qualités de chair entrent dans la composition de ce produit, depuis la plus onéreuse, qui est constituée par les queues et les pinces des homards, jusqu'à la moins chère, qui est généralement constituée des miettes. Des commandes spéciales peuvent également être livrées sous forme de produits congelés. De tels paquets pourront, par exemple, suivant l'usage auquel ils sont destinés, ne contenir que de la chair provenant de la queue ou des pinces des homards, à l'exclusion de celle de toute autre provenance.

Les congelés de chair de homard sont produits sous trois emballages unitaires : 11,3 onces, 2 livres et 5 livres. Les paquets de 11,3 onces sont destinés au marché de détail tandis que les autres sont principalement destinés aux restaurants-traiteurs.

Suite à la détection, en 1988, par la US Food and Drug Administration, de listeria dans des cargaisons de homard canadien, le Canada a imposé l'application dans toutes les usines de transformation du homard de nouvelles mesures sanitaires plus rigoureuses. Depuis l'introduction de ces nouvelles "bonnes pratiques industrielles", les autorités américaines n'ont plus trouvé trace de listeria dans la chair de homard provenant du Canada. Nos inspecteurs inspectent les usines de façon régulière et l'Administration américaine des aliments et des drogues a maintenant levé l'exigence de l'inspection obligatoire de ce produit lorsqu'il provient du Canada.

LES MARCHÉS DU HOMARD

Le Canada est le seul exportateur net de *Homarus americanus* et plus de 90 p. 100 de sa production est exportée principalement aux États-Unis, en Europe de l'Ouest et au Japon. Bien que le marché des États-Unis soit le principal marché d'exportation, la demande croît plus rapidement en Europe et au Japon.

Dans le passé, l'offre était le principal moteur de l'évolution du marché puisque la production et l'exportation étaient limitées en grande partie par le caractère saisonnier des prises et par les fluctuations dans la disponibilité de la ressource plutôt que par les conditions du marché. L'abondance particulièrement marquée des prises en 1988 et en 1989 et le ralentissement de la croissance des principaux marchés sont deux facteurs qui ont concouru à sensibiliser davantage les fournisseurs aux conditions et aux possibilités du marché.

Les douze derniers mois ont été particulièrement difficiles avec une baisse des prix et une accumulation de stocks de homard congelé d'un niveau sans précédent. Toutefois, au fur et à mesure que la nouvelle saison printanière avance, ces surplus sont en voie d'être éliminés.

ÉTATS-UNIS

Les États-Unis sont le plus important importateur mondial de homard. Outre leur propre production intérieure d'environ 20 000 tonnes, ils consomment chaque année environ 40 000 tonnes de homard importé. Les États-Unis sont de loin le plus important marché pour le homard canadien puisqu'ils absorbent plus de 70 p. 100 de nos exportations dans ce domaine. De ce volume, environ 75 p. 100 est sous la forme de homards vivants. Les États-Unis sont également notre plus important marché pour la chair de homard congelée puisqu'ils absorbent 90 p. 100 de nos exportations de ce produit.

EUROPE

L'Europe, qui absorbe environ 22 p. 100 des exportations canadiennes de homard, occupe le deuxième rang parmi les marchés d'exportation du Canada. La croissance de la demande de homard canadien en Europe s'est accélérée au cours des dernières années en raison, notamment, d'un affermissement des monnaies européennes par rapport au dollar canadien. Il existe d'importantes possibilités d'intensification de la demande sur le marché européen en dépit de l'existence de tarifs douaniers généralement plus élevés et d'une parité des changes de moins en moins favorable

L'Europe est le plus important marché pour le homard congelé en saumure. À l'intérieur de ce marché, la France constitue le marché individuel le plus important car le homard canadien fait l'objet d'une importante promotion dans les supermarchés français au moment des Fêtes. L'Europe est également pour le homard vivant un marché bien établi qui ne cesse de croître.

ROYAUME-UNI

J'aimerais maintenant que nous portions notre attention sur le Royaume-Uni. En tant que débouché pour le homard canadien, le Royaume-Uni est un marché relativement récent. Toutefois, les importations de homard canadien y ont crû très rapidement puisqu'elles sont passées de 4,5 millions de dollars en 1987 à plus de 7 millions de dollars en 1989, soit une augmentation de 55 p. 100. La croissance la plus marquée a été enregistrée par le homard vivant, mais le homard surgelé en saumure a également progressé de façon impressionnante.

Au Royaume-Uni, le homard canadien vivant est un produit dont la demande n'a cessé de croître et qui a progressivement remplacé le homard des pêcheries locales comme produit de premier choix. Ce résultat est le fruit d'une amélioration non seulement de nos

liaisons de transport depuis le Canada, mais également de notre capacité de conservation des homards vivants tant en Grande-Bretagne qu'au Canada, capacité qui tend à assurer une meilleure disponibilité du produit toute l'année durant.

L'accroissement de la capacité de stockage en milieu contrôlé dont j'ai déjà parlé a été accompagné d'une augmentation des expéditions par avion de homards vivants à destination de la Grande-Bretagne et de l'Europe. Devant l'accroissement de la demande européenne qui s'est fait sentir au début des années 1980, Air Canada s'est dotée, dans la ville d'Halifax, en Nouvelle-Écosse, d'installations spéciales pour la manutention du homard vivant. Vers 1985, le homard était devenu l'une des dix marchandises les plus importantes pour les fins du secteur fret aérien de son exploitation.

Lors de la première conférence sur le homard canadien qui s'est tenue ici, à Londres, l'automne dernier, M. Tim Lucas, des Pêcheries Simsons, faisait observer que, au début, les chefs cuisiniers se montraient réticents à l'égard du homard canadien. La raison en était qu'il s'agissait là d'un produit nouveau qui, lorsqu'il était cuit de la même façon que le homard européen, ne donnait pas des résultats très satisfaisant. En effet, le homard canadien possède une carapace moins épaisse que celle de son cousin européen et, lorsqu'on le fait cuire trop longtemps, sa chair devient caoutchouteuse et perd de sa saveur. On a également dit que le homard canadien n'était pas aussi savoureux que son pendant européen, mais la différence réelle s'est révélée négligeable lorsqu'on a eu recours aux techniques de cuisson appropriées.

En ce qui concerne le homard vivant, le Canada fait face à la concurrence des États-Unis qui, depuis deux ans, sont devenus un important exportateur sur le marché européen. Les pêcheries de homard des États-Unis ayant connu elles aussi une certaine croissance, nos amis américains ont fait certaines percées dans des

marchés tels que celui de la France qui, traditionnellement, sont desservis par le Canada, mais ils ont également développé de nouveaux marchés, notamment au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie. Les ventes de homard des États-Unis ont été particulièrement fortes pendant la période des Fêtes. Je pourrais ajouter que les approvisionnements en provenance du Canada sont souvent venus compléter ceux qui provenaient des États-Unis.

Les consommateurs du Royaume-Uni sont généralement d'avis que la chair du homard canadien est généralement supérieure en qualité et en quantité à celle du homard américain. Cela tient au fait que le homard canadien vit dans des eaux plus froides et que le Canada exerce un contrôle plus rigoureux sur les prises pendant les périodes de mues. Il convient également de noter que, en moyenne, le homard américain est plus petit que le canadien et que, étant plus populaires, les spécimens les plus gros sont également les plus chers. Enfin, la biomasse que recèlent les pêcheries de homard du Canada est non seulement plus importante que celle des pêcheries américaines, mais elle est également gérée avec une plus grande prudence. Cela permet d'assurer une plus grande stabilité de l'offre à long terme et d'être en mesure d'offrir la vaste gamme de produits de tailles diverses en demande sur les marchés d'exportation.

Les producteurs canadiens de homard peuvent garantir aux consommateurs du Royaume-Uni un approvisionnement de homards vivants pratiquement 365 jours par an. De plus, la disponibilité de diverses tailles de homard signifie qu'il est maintenant possible pour les organisateurs d'événements sportifs et de banquets du Royaume-Uni de mettre du homard au menu et, par exemple, de servir à jusqu'à 10 000 convives à la fois des homards de taille identique que l'on viendra tout juste de faire cuire.

À plus long terme, nous souhaitons voir la consommation de homard en Grande-Bretagne s'étendre au-delà de la traditionnelle

période des Fêtes de fin d'année et emprunter plus régulièrement la voie du commerce de détail. Il faudra pour ce faire qu'un plus grand nombre de supermarchés et de poissonneries se dotent de viviers. Il est du reste remarquable que la présence de viviers chez les détaillants soit un phénomène qui prenne de plus en plus d'ampleur en Amérique du Nord par suite non seulement de l'intérêt accru des consommateurs pour le poisson et les crustacés frais, mais également par suite d'une plus grande disponibilité de ces produits, y compris le homard, toute l'année durant.

J'aimerais maintenant dire quelques mots au sujet du marché du Royaume-Uni en ce qui concerne le homard précuit et congelé en saumure. Il s'agit en l'occurrence d'un produit standard conçu spécialement pour le marché européen et destiné au commerce de détail. Ayant plus que doublé en l'espace d'un an, la vente de ce produit au Royaume-Uni a atteint en 1989 116 tonnes et produit des recettes de l'ordre de 1,5 million de dollars. C'est là un résultat encourageant si l'on tient compte du fait que, globalement, nos exportations en Europe à la même époque ont diminué par suite d'une baisse des prix instables de parités de change défavorables.

Le homard congelé en saumure est un produit de qualité qui peut être conservé très longtemps et dont le prix est plus avantageux que celui du homard vivant puisqu'il est produit à un moment où les prises sont à leur meilleur sous le double rapport de la qualité et de la quantité et qu'il peut être transporté à des tarifs de fret moins élevés que ceux qui s'appliquent au homard vivant. Or, le homard congelé en saumure souffre d'un problème d'image qui tient au fait qu'il est perçu comme un succédané de qualité inférieure du homard vivant et qu'il est traité plus comme une simple marchandise que comme un produit spécial possédant un créneau bien établi sur le marché.

L'emballage de homard en saumure étant constitué de trois parties d'eau pour une partie de homard, les importateurs se plaignent souvent de ses coûts d'entreposage et d'expédition élevés tandis que les consommateurs ne savent pas toujours comment le cuisiner ou le servir. Il est clair que des efforts supplémentaires doivent être accomplis pour mieux faire connaître ce produit auprès des consommateurs. On devra sans doute faire une étude de marché plus approfondie et porter davantage attention à l'éducation des consommateurs, notamment par l'élaboration d'une documentation de promotion comportant non seulement de l'information sur la préparation et la manutention de ce produit, mais également des conseils pratiques sur la façon de le cuisiner et de le servir.

On se rappellera le succès de la campagne de promotion du saumon d'Écosse qui avait donné lieu à la distribution d'un million de livrets de recettes dans les supermarchés et les poissonneries du Royaume-Uni. Grâce au succès de cette campagne, on prévoyait que, en 1989, la consommation de saumon augmenterait de 40 p. 100 dans le seul Royaume-Uni. En effet, cette promotion a eu pour effet d'amener un plus grand nombre de consommateurs de classe moyenne à reconnaître que le saumon n'était pas un produit réservé à la consommation des classes les plus aisées. Une campagne semblable, quoique à une échelle plus réduite, serait sans doute nécessaire pour sensibiliser la masse des consommateurs à ce produit qu'est le homard entier congelé.

Le développement du marché doit aller de pair avec une amélioration des normes de qualité du homard congelé en saumure. Ainsi, par exemple, on pourrait mettre au point un sceau de qualité comparable à celui qu'utilise l'industrie de l'aquiculture, et dont la présence pourrait signifier, notamment, que les emballages ne contiennent que des homards non mutilés et dont la carapace est intacte. Les producteurs de saumon ont prouvé que l'utilisation d'une marque de qualité distincte était un outil de marketing de

haut rendement qui offrait des possibilités de différenciation quant aux prix des produits.

Nous devrions également, dans notre effort de commercialisation du homard congelé en saumure, apporter une plus grande attention à la mise au point de produits de rechange. Ainsi, par exemple, la vente de homards entiers emballé sous vide pourrait être une solution de rechange envisageable. Ce produit serait blanchi et non pas cuit, et il offrirait à l'état congelé les caractéristiques les plus recherchées des homards vivants. Des tests préliminaires de dégustation auxquels des chefs français ont été conviés donnent à penser qu'un tel produit pourrait constituer un produit de remplacement acceptable pour le homard vivant. Toutefois, afin de financer les investissements nécessaires à la mise au point des nouveaux équipements de préparation et d'emballage propres à rendre possible la commercialisation de ce produit, un nouveau créneau devra être développé dans ce segment supérieur du marché qui est constitué par les restaurants-traiteurs.

Certaines compagnies canadiennes offrent sous forme de produits congelés spéciaux des dérivés de homard comprenant des queues et des pinces de grosseurs diverses, du tomali et de la chair de homard. Les queues de homard non cuisinées coûtent 50 p. 100 moins cher que les queues de langoustes et, aux États-Unis, sont bien reçues par les restaurants tandis que, de leur côté, les emballages de queues et de pinces ont trouvé auprès des alimentations fines et des magasins de détail de produits de qualité supérieure tels que Marks et Spencers un marché prêt à les accueillir.

À l'heure actuelle, moins de 5 p. 100 de la production canadienne de homard emprunte la voie de ces débouchés spéciaux. Nous pensons qu'il existe de vastes possibilités en ce qui a trait à la mise au point de nouveaux produits, surtout en ce qui concerne

le homard de petite taille, lequel a constitué la source principale de nos problèmes de stockage excessif au cours des douze derniers mois.

On devrait également songer à lancer sur le marché des plats cuisinés à base de chair de homard pour répondre à la demande croissante de l'industrie des plats cuisinés en conserve. Toutes ces transformations exigeront bien sûr de la part des producteurs de homard de nouveaux investissements qui, en retour, devront être compensés par des prix plus élevés à la consommation.

CONCLUSION

Le Canada possède d'abondantes ressources de homard. Grâce à d'importants efforts en ce qui a trait à la préservation et à la gestion de cette ressource, les perspectives à long terme vont dans le sens d'une croissance stable et le Canada devrait conserver sa position de premier fournisseur mondial de homard.

Les eaux froides et cristallines de ses pêcheries permettent au Canada de produire un homard dont la carapace est plus dure et la chair plus savoureuse. De plus, les fonds qui en constituent l'habitat sont exempts de contamination et de maladie.

L'industrie canadienne du homard possède des installations modernes de manutention et de transformation qui sont inspectées par le gouvernement et qui, en plus d'assurer la continuité de l'offre, sont aptes à répondre aux besoins particuliers des consommateurs. Les normes d'inspection du Canada sont plus rigoureuses que celles de n'importe quel autre pays et, aux diverses étapes du processus menant de la capture au conditionnement final des produits, elles visent à garantir la qualité et le caractère phytosanitaire de ceux-ci.

Le Canada est actuellement à l'avant-garde des techniques de stockage du homard en milieu contrôlé et une expansion de ses installations ainsi qu'une amélioration des techniques utilisées sont déjà à prévoir. Cela nous permettra donc d'accroître encore notre capacité d'offrir toute l'année durant des produits de qualité à des prix compétitifs.

En ce qui concerne le homard vivant, des efforts seront accomplis à court terme en vue de réduire les taux de mortalité des homards pendant leur détention et leur transport. Bien que ces taux soient déjà faibles, leur amélioration permettra à tous les segments de l'industrie d'augmenter leur part de revenu.

Du côté de la transformation, nous prévoyons un effort accru en ce qui a trait à l'amélioration de l'image des produits existants, notamment le homard en saumure, ainsi que la mise au point de nouveaux produits, notamment dans la catégorie des produits spéciaux. L'amélioration des techniques de conditionnement représente également un défi pour l'industrie du homard.

Avec la diversité des goûts de ses consommateurs et sa demande croissante de produits prêts à cuire ou à consommer, le Royaume-Uni devrait se montrer particulièrement réceptif à de tels développements.

J'aimerais en terminant remercier les organisateurs de la conférence de m'avoir ainsi fourni l'occasion de vous entretenir au sujet de l'évolution et des perspectives d'avenir de l'industrie du homard.

Je serai maintenant heureux, si vous le désirez, de répondre à vos questions. Pour de plus amples renseignements ou si vous désirez obtenir une liste de fournisseurs de homard, je vous recommande de communiquer avec le Haut-Commissariat canadien à

Londres où M^{me} Jannet Farmer se fera un plaisir de répondre à vos demandes.

APPENDICE I

LISTE DES RESPONSABLES

Direction de l'expansion du commerce et de l'investissement et de
la technologie de l'Europe de l'ouest
Affaires extérieures et Commerce extérieur Canada
125 Promenade Sussex
Ottawa, K1A 0G2

Jennifer Barbarie
Tel: 613-996-5555
Telex: 053-3745
Fax: 613-996-9103

Direction des pêches
Affaires extérieures et du Commerce extérieur Canada
125 promenade Sussex
Ottawa, K1A 0G2

François Laberge
Tel: 613-995-1714
Telex: 053-3745
Fax: 613-995-8384

Haut-Commissariat du Canada
Macdonald House
1 Grosvenor Square
Londres , W1X 0AB

Janet Farmer
Tel: (011-44-1) 629-9492
Fax: (011-44-1) 491-3968
Telex: (code 51) 261592

Liste des Centres de Commerce International

VANCOUVER

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Scotia Tower
900-650, rue Georgia ouest
C.P. 11610
Vancouver (Colombie-
Britannique)
V6B 5H8
Télécopieur: (604) 666-8330
Télex: 04-51191

Contact

M. Zen Burianyk
Délégué commercial principal
(604) 666-1438

ALBERTA

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
Bureau d'EDMONTON
Canada Place
Pièce 540
9700, avenue Jasper
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Télécopieur: (403) 495-4507
Télex: 037-2762

Contact

M. Bill Roberts
Délégué commercial principal
(403) 495-4415

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
BUREAU DE CALGARY:
11e étage
510 - 5e rue S.O.
Calgary (Alberta)
T5P 3S2
Télécopieur: (403) 292-4578

Contact

M. Gérald Milot
Délégué commercial principal
(403) 292-6409

SASKATOON

CENTRE DE COMMERCE
INTERNATIONAL
6e étage
105-21e rue est
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 0B3
Télécopieur: (306) 975-5334
Télex: 074-2742

Contact

M. Al McEwen
Délégué commercial principal
(306) 975-4343
M. Ron McLeod
(306) 975-5318

WINNIPEG

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
8e étage
330, avenue Portage
C.P. 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2
Télécopieur: (204) 983-2187
Télex: 07-57624

Contact

M. Al Lyons
Délégué commercial principal
(204) 983-4099

TORONTO

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Dominion Public Building
4e étage
1, rue Front ouest
Toronto (Ontario)
M5J 1A4
Télécopieur: (416) 973-8161
Télex: 065-24378

Contact

M. Doug Sirrs
Directeur Général
(416) 973-5050
M. Doug Paterson
Délégué commercial principal
(416) 973-5053

MONTRÉAL

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Tour de la Bourse
800, Carré Victoria
Bureau 3800
C.P. 247
Montréal (Québec)
H4Z 1E8
Télécopieur: (514) 283-3302
Télex: 055-60768

Contact

M. Claude Lavoie
Délégué commercial
(514) 283-8791

MONCTON

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Assumption Place
770, rue Main
C.P. 1210
Moncton (Nouveau Brunswick)
E1C 8P9
Télécopieur: (506) 857-6429
Télex: 014-2200

Contact

M. Guy-André Gélinas
Délégué commercial principal
(506) 857-6440

HALIFAX

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Central Guarantee Trust Building
1801 rue Hollis
C.P. 940, Succursale "M"
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Télécopieur: (902) 426-2624
Télex: 019-22525

Contact

M. Doug Rosenthal
Délégué commercial principal
(902) 426-6125

CHARLOTTETOWN

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
Confederation Court Mall
134, rue Kent, Pièce 400
C.P. 1115
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Télécopieur: (902) 566-7450
Télex: 014-44129

Contact

M. Fraser Dickson
Délégué commercial principal
(902) 566-7443

ST. JOHN'S

CENTRE DE COMMERCE INTERNATIONAL
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Télécopieur: (709) 772-2373
Télex: 016-4749

Contact

M. Tom Greenwood
Délégué commercial principal
(709) 772-5511

AUTRES PERSONNES RESSOURCES RESPONSABLES DU COMMERCE DANS LES TERRITOIRES: WHITEHORSE

Pièce 301
108, rue Lambert
Whitehorse (Yukon)
Y1A 1Z2
Télécopieur: (403) 668-5003

Contact

M. Larry Bagnell
(403) 668-4655

YELLOWKNIFE

10e étage
Precambrian Building
4922 - 52e rue
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2R3
Télécopieur: (403) 873-6228

Contact

M. Jeff Titterington
(403) 920-8575

doc
CA1
EA660
90C14
EXF



Canada

External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada



Prepared by the International Trade
Development Branch

Publication préparée par le Secteur de
l'expansion du commerce extérieur



External Affairs and
International Trade Canada

Affaires extérieures et
Commerce extérieur Canada

b2363288 (E)
b2363367 (F)

43-258-946 / 43-258-947

CANADIAN LOBSTER - RESOURCE
MANAGEMENT AND MARKET DEVELOPMENT

Dept. of External Affairs
Min. des Affaires extérieures

APR 22 1991

RETURN TO DEPARTMENTAL LIBRARY
RETOURNER A LA BIBLIOTHEQUE DU MINISTERE

Prepared by: David Shortall
Deputy Director
Fisheries Division
External Affairs and
International Trade Canada
OTTAWA

Shellfish Association of Great Britain
21st Annual Shellfish Conference
London, England
May 15-16, 1990

INTRODUCTION

Lobster was one of the first commercial fisheries to be developed in Canada. In fact lobster canning, along with salmon canning, are two of Canada's oldest processing industries. The first lobster cannery was constructed in the Province of New Brunswick in 1887 and by 1900 there were 767 canneries with most of the production being shipped to the UK. The UK is still our largest market for canned salmon but it has ceased to be a major market for lobster. We are endeavouring to change that.

Two kinds of lobster are marketed for food - the spiny or non-clawed lobster and lobster with claws. There are some 30 species of spiny lobsters. These are known by many names including rock lobster, langouste and crayfish and are found in both warm and cold waters as far north as Japan and the UK and as far south as New Zealand and South Africa.

The clawed lobster consists of only two species, the American lobster, *Homarus americanus* and the European lobster, *Homarus gammarus*. These are the only two shellfish species which can legally be called "lobster" in many countries including the United States. Landings of clawed and unclawed lobster have increased dramatically throughout the 1980's. World landings grew from 107,000 tonnes in 1982 to over 145,000 tonnes in 1988.

Canada is the world's leading supplier of lobster species and accounts for 25 per cent of the total world catch. Other major suppliers are the United States, Australia and Cuba. Landings of the *Homarus* species have shown the largest increase in landings of any lobster species in recent years and continue to grow. However, landings of spiny lobster are thought to have stabilized.

In 1989 Canadian lobster landings totalled 38,500 tonnes with a landed value of some \$ 250 million (Canadian). The lobster fishery produces a landed value second only to that of cod in Atlantic Canada and has become a major source of income for many small boat fishermen. The industry also supports over 200 buyers and processors.

DISTRIBUTION

The American lobster is found solely in the waters of the Atlantic coast of North America from Labrador to North Carolina and is fished commercially from Newfoundland to Virginia. The areas of greatest yield are the Gulf of Maine, Southwestern Nova Scotia and the southern part of the Gulf of St. Lawrence. The lobster fishery is essentially a coastal fishery. The lobster are taken a few miles from shore in depths of water of about 45 metres. In 1971 an offshore fishery was opened on Georges bank in the Gulf of Maine.

HABITAT

Lobsters prefer a habitat where they can find shelter. In deep water canyons off the coast of the U.S., Lobsters have been observed lodged individually in small burrows in the face of clay cliffs. Inshore lobster populations are found on rocky bottoms, where a large number of individuals can obtain appropriate shelter. On sand or mud lobsters may be found hiding under rocks of about their own size.

The lobster begins its life as an egg, glued to the underside of the females abdomen. Usually the eggs hatch in summer and float to the surface where they feed upon smaller planktonic organisms. In three to six weeks the larvae sinks to the seabed to begin its sedentary existence. The mortality rate is very high and only about one per cent of the floating larvae may settle to the bottom.

While the mortality rate of larvae is very high, each female produces an enormous number of eggs. For example, a lobster with a carapace or shell length of only 3 inches releases about 7500 eggs at one time. Even if only one per cent survive this still means that each female releases about 75 offspring that survive. Typical large breeders in the bay of fundy release 30,000 eggs at one time and jumbo lobsters of 5 inch carapace can produce more than 40,000 eggs.

As the growing lobster becomes too large for its shell it sheds it for a new one. This process is called moulting. Water temperature is critical to the rate of growth. Since lobsters grow faster in warmer waters they also moult more often. In the northumberland strait for example where summer water temperatures may reach 20 degrees celsius, a lobster at the current minimum size of 2.5 Inches carapace length, can moult twice in one year.

Once a lobster has replenished the flesh within its shell, it will be about 50 per cent heavier than before the moult. Thus a lobster from the Northumberland Strait would grow from 7 ounces to about one pound and would moult twice, whereas its counterpart in a cooler habitat would average 10 ounces and moult only once.

Temperature is also a factor in the age at which a lobster attains sexual maturity. Female lobsters in the Northumberland Strait may mature at 7 ounces or three years of age while their counterparts in the Bay of Fundy will not mature sexually until they are about 1.5 pounds and eight years of age.

CATCHING SEASONS

In Atlantic Canada there are no less than 38 lobster fishing districts with 26 different opening and closing periods. Suffice to say that lobster is caught throughout the year in Canada. There

are two periods in which the bulk of landings are made - late April to late July and December 1 to January 30. About 75 % of landings occur between the first of May and the end of July.

The Provinces of Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island account for about 80% of landings. Quebec and Newfoundland supply the remainder.

RESOURCE MANAGEMENT

After many years of reduced landings, Canadian lobster landings have shown remarkable growth in the past decade. Landings have increased steadily from 19,000 tonnes in 1978 to almost 40,000 tonnes in 1989. The resource is now biologically, the healthiest of the world's lobster resources. This is the result of rigorous resource management on the part of our Department of Fisheries and Oceans.

A regulatory regime has in fact been in existence since 1873 and has evolved over time in an attempt to provide stability in landings in the face of strong competition between fishermen, variations in catch rates and cyclical variations in year classes. The earliest regulations placed restrictions on soft shell lobsters, egg bearing females and lobster sizes. These changes were driven largely by market requirements.

Carapace size limits were introduced in the 1930's and again in the 1950's. During the past 20 years the first regulations were put in place to curtail fishing capacity and infuse the catching sector with more economic stability. Trap limits were introduced followed by limited entry, which restricted the transfer of fishing licenses. A buyback program in effect since 1975, has retired some 1600 licenses.

The impact of these measures has been both biological - bringing substantial increases in landings, and economic - increasing the catch per vessel and the value of the catch per vessel. The fishery now supports a viable and prosperous industry with a core of professional fishermen who derive most of their livelihood from lobster.

These measures have been achieved through a consultative process involving all elements of the industry - fishermen, buyers and processors. A management regime based on the principles of sound resource conservation and economic viability is the essential component in maintaining Canada's dominant position in world lobster production.

CARAPACE SIZE

I would like now to say a few words about carapace size regulations. You are perhaps aware that Canada is currently facing a trade dispute with the United States concerning minimum carapace size regulations which restrict the imports of Canadian live lobster, smaller than those in effect at the time in the United States.

The US has introduced a schedule of yearly incremental increases in the carapace size which will culminate in a 3 5/16 inch carapace length by January 1992. A number of states also have their own regulations which restrict the sale of Canadian lobsters smaller than those permitted under State Law.

Canadian lobster currently vary in carapace size from 2 1/2 inches around Prince Edward Island to 3 3/16 in much of Nova Scotia, the Bay of Fundy area of New Brunswick and in Newfoundland.

A binational panel has been established under the Canada/United States Free Trade Agreement at the request of Canada to examine the size regulations. The report of the panel is expected May 15. Canada will have 60 days to reply to its findings.

LOBSTER PRODUCTS

I would like now to talk about the kinds of lobster products produced in Canada and to discuss the markets for these products and how we might improve sales in the UK and Europe.

There are three principle products -live lobster, frozen lobster in brine and frozen canned lobster meat which together account for 95% of production. For production purposes there are three classes of lobster, canners (1/2 - 1 lb.), Markets (1 - 3 lb) and jumbos (over 3lb.). Canners are used primarily for frozen products while market and jumbos go to the live market.

LIVE LOBSTER

Live lobster accounts for about 50% of Canada's lobster production, representing some 19,000 tonnes in 1989. The large volume of Canadian landings means that a great variety of size ranges can be offered to customers. There are no less than eleven different size grades ranging from less than one pound to four pounds and up. Live lobster is destined primarily for catering where premium prices are obtained.

Increasing volumes have also necessitated the need for improved handling, storage and shipping to minimize mortality rates. Canadian fisheries regulations require that live lobster

must be sold in "live" form. However, for shipping purposes a tolerance of 5% mortality is tolerated. In recent years, mortality rates have been kept well below this level, averaging about 1%.

LOBSTER POUNDS

The bulk of live lobster landings occur during the spring and summer period. The seasonal landing period does not coincide exactly with peak market demand. Consequently Canadian producers have had to rely increasingly on lobster pounds to ensure that year round market requirements are met. The development of pounds has been a major factor in ensuring year round supply.

Pounds vary from wooden crates and large cages moored to the seabed to fenced off coves to sophisticated dryland enclosed filtration systems which one Canadian company has pioneered. In 1988, there were in excess of 150 licensed lobster pounds in Atlantic Canada.

The enclosed filtration system, represents the most revolutionary advance in live lobster holding technology. The lobster are graded by size, sex, moulting stage and state of health before being stored in high density individual trays where they are bathed continuously in super chilled seawater. There is no limit to the length of time a lobster can be held in a state of reduced metabolism in which there is virtually no need for food. Over a 10 month period, weight loss does not exceed 5% and there is no adverse affect on meat quality and taste.

Compartmentalization eliminates cannibalism, a trait common among lobster. The constant low temperature and limited energy loss also mean that the lobsters produce harder shells, are fuller and have firmer textured meat. The result is a product of superior quality, available out of season to be marketed on a custom basis at a premium price.

Three dryland pounds have been built since 1982. Located in Nova Scotia and Prince Edward Island, these facilities together have a capacity of up to 3 million pounds. They represent state of the art in lobster holding technology and have put Canada in the forefront of this technology.

WHOLE FROZEN LOBSTER

The second most important product is frozen lobster in brine. This product also known as "popsicle pack" accounts for about 30% of Canadian lobster production. The product is cooked and sealed in salt water in a vacuum pouch. Regulations require that all lobster must be alive prior to cooking.

Popsicle pack tends to utilize the smaller lobster sizes and is designed primarily for retail trade. The product is graded into no less than eight size grades from 250 grams to 650 grams.

There are some 65 processing plants which process canned or frozen lobster products in Atlantic Canada. These are located mainly in New Brunswick, PEI and Quebec.

FROZEN LOBSTER MEAT

Frozen lobster meat accounts for about 15% of lobster production and refers to lobster which has been cooked, shelled and packed into cans and frozen without heat treatment. Freezing, instead of autoclaving or heat sterilizing the cans, retards bacteria growth without spoiling the texture of the meat.

Frozen lobster meat is commonly referred to as "cold pack". The product must remain frozen until consumed. Five different grades of meat are packed ranging from the highest grade and most expensive tail and claw pack to the lowest grade broken meat pack. Specialty orders are also packed. Such packs might include claw meat only or tail meat only depending upon end use.

The product is packed in three unit sizes, 11.3 oz., 2 lbs. and 5 lbs. The 11.3 oz. Pack is designed for the retail market while the larger sizes are catering packs.

In 1988, the US food and drug administration detected listeria in certain shipments of Canadian lobster meat. This resulted in the introduction of new enhanced sanitation procedures in all Canadian lobster processing plants. Since the introduction of these Good Manufacturing Practices, no trace of listeria has been detected in Canadian lobster meat. Our inspectors monitor the plants on a regular basis and the Food and Drug Administration has since removed the requirement for the compulsory inspection of Canadian product.

LOBSTER MARKETS

Canada is the only net exporter of *Homarus americanus* and over 90 per cent of our lobster is exported. The most important markets are the United States, Western Europe and Japan. While the US is the largest market, demand is increasing at a faster rate in both the Europe and Japan.

In the past the industry has been essentially supply driven with production and exports constrained for the most part by seasonality or by variations in resource availability, rather than by market conditions. Heavier than usual catches in 1988 and 1989 coupled with slower growth in all major markets has made suppliers more sensitive to market conditions and opportunities.

The past year has been particularly difficult with lower prices and record inventories of frozen lobster. However, as the new spring season commences, these inventories are gradually being eliminated.

UNITED STATES

The United States is the world's largest importer of lobster. In addition to its own domestic production of 20,000 tonnes the US imports about 40,000 tonnes of lobster each year. The US is by far the largest market for Canadian lobster accounting for more than 70 per cent of all exports. Some 75 per cent of exports are in live form. The US is also the major market for frozen lobster meat with 90 per cent of exports.

EUROPE

Europe is Canada's second largest market accounting for approximately 22 per cent of Canada's exports. Demand for Canadian lobster has accelerated in Europe in recent years aided by strong European currencies vis a vis the Canadian dollar. There is considerable room for expansion in Europe not withstanding generally higher tariffs and a weakening currency situation.

Europe is the largest market for frozen lobster in brine. The largest national market is France where Canadian lobsters are heavily promoted at Christmas time in French supermarkets. Europe is also an established and expanding market for live lobster.

UNITED KINGDOM

I would now like to focus my comments on the United Kingdom market. The UK is a relatively new market for Canadian lobster but imports have grown dramatically from \$4.5 Million in 1987 to \$7 million in 1989, an increase of 55%. The greatest growth has occurred in live lobster. However, sales of frozen lobster in brine have also been impressive.

In the UK, Canadian live lobster has been a growth product which has gradually replaced domestic lobster as the lobster of choice. This is the result both of improved transportation links from Canada and better holding facilities in both Britain and Canada, ensuring greater year round availability.

The growth of dryland storage referred to earlier has been accompanied by an increase in air shipments of live lobster to Britain and Europe. On the strength of growing demand from Europe, Air Canada developed a facility to handle live lobster at Halifax, Nova Scotia, in the early 1980's. By 1985, lobster became one of the airlines top ten cargo items.

At the first Canadian lobster conference here in London last fall, Tim Lucas of Simsons Fisheries, noted that initially there was resistance from chefs to Canadian lobster. This was because it was something new and because they were cooked as if they were European lobsters. As the Canadian lobster has a thinner shell than its European cousin, overcooking causes the meat to toughen with a resulting loss in flavour. It was also said that the flavour of the Canadian lobster was inferior to the European lobster, but with revised cooking procedures the flavour differences are minimal.

Canada faces competition in the live trade from the United States which has become an important player in the past two years in Europe. The US lobster resource has also been growing and our American friends have made inroads in traditional Canadian markets such as France as well as developing newer markets including the UK, Spain and Italy. US sales have been particularly strong during the peak Christmas period. I might add that US supplies are commonly supplemented by those from Canada.

It is generally accepted among UK consumers that Canadian lobster is superior in meat texture and shell content to the American product. This is the result of a colder water environment and tighter controls over catches when lobster are moulting. Average sizes of American lobster also tend to be smaller than the Canadian lobster with the popular larger sizes being more expensive. Canada also sustains a larger and more conservatively managed biomass than the United States. This ensures greater stability of supply in the long term as well as the wide range of sizes necessary to meet the varied demands of export markets.

Canadian suppliers can guarantee supplies of live lobster in the UK virtually 365 days of the year. The wide range of sizes available mean that it is now possible to put lobster on the menu of major sporting and banqueting events in the UK. These events can cater for up to 10,000 portions of fresh cooked lobster, all of an identical size produced from live product.

In the longer term we would hope to see expansion of consumption beyond the traditional year end holiday season and more Canadian live lobster at retail level in the UK. This will require the expansion of holding tanks in supermarkets and specialized fish stores. Fish tanks are a growing phenomenon in North America a response both to increased consumer interest in fresh seafood and to greater year round availability of live shellfish, including lobster.

I would like to turn now to the UK market for frozen lobster in brine. This is the standard retail lobster pack which was designed essentially for the European market. Sales in the UK of

cooked frozen lobster in brine more than doubled between 1988 and 1989 to 116 tonnes valued at \$1.5 Million. This is a positive development since overall exports to Europe actually declined in 1989 due to lower prices, as a result of unfavourable rates of exchange.

Frozen lobster in brine represents good value since it is produced when lobster is at its least expensive and best quality, has an exceedingly long shelf life and benefits from lower freight rates than the live product. However, this product suffers from an image problem. It is sometimes perceived as a lower quality substitute for live lobster and has been treated more as a trading commodity than a specialized product with a well established market niche.

The brine pack represents three parts water to one part lobster. Because of its bulky nature importers often cite high storage and shipping costs while consumers may be uncertain about how to prepare and serve the product. Clearly more needs to be done by the industry to make this product more user friendly. This will require market research with greater attention to consumer education, including the development of promotional literature with instructions on preparation and handling, recipes and serving suggestions.

You may remember the success of the promotional program for Scottish salmon which saw the distribution of 1 million recipe leaflets at checkouts in UK supermarkets and fish stores. As a result, salmon consumption is projected to increase by 40% alone in the UK in 1989. This type of promotion exposes the product to more middle income consumers who come to recognize that salmon is not only for the most affluent. A similar kind of approach is needed for the mass marketing of frozen whole lobster although on a much smaller scale.

Market development must go hand in hand with improved quality standards for the brine pack. A quality seal similar to that employed by the aquaculture industry could also be developed. This might include, for example, only lobster with full shells and no broken appendages. The salmon farmers have shown that a distinguishable quality mark is a superior marketing tool which allows for price differentiation.

Greater attention should also be given to the development of alternative products to the brine pack. Whole lobster in a vacuum pouch represents such an alternative. This product is blanched rather than cooked and combines the best features of live lobster in frozen form. Preliminary taste tests on chefs in France suggest that it could be an acceptable alternative to live lobster. However, in order to sustain the investment in new packaging and

equipment required to commercialize this product, a new market niche will have to be carved out in the up-market catering trade.

A number of Canadian companies produce more specialized frozen products, including graded tails and claws, tomally and meat. Uncooked tails are only half the price of spiny lobster tails and have been well received by restaurants in the United States, while claws and tail packs have found a ready market in speciality food stores and more upscale retailers such as Marks and Spencers.

Currently less than 5% of Canadian lobster production is converted into speciality products. We believe that there is considerable scope to develop new products particularly with respect to the smaller lobster which has been a major source of the inventory problem over the past year.

Consideration should also be given to the development of prepared meals using lobster to meet the growing demand for upscale convenience foods. All of these changes will require increased investment on the part of the industry which will in turn have to be paid for by higher market prices.

CONCLUSION

Canada has an abundant lobster resource. With strong emphasis on conservation and resource management, the long term supply outlook is for stable growth. Canada should continue to be the world leader in lobster supply.

Our cold, pristine waters ensure harder shelled animals with firmer and sweeter meat. Canada's lobster grounds are free of contamination and disease.

Backing up the supply are modern government inspected handling and processing facilities ready to cater to the specific needs of customers. Canada's inspection standards are second to none. Rigorous inspection which extends from catching through to processing guarantees reliability of quality and phytosanitary standards.

Canada is the world leader in dryland storage of lobster. We look to both an expansion of dryland facilities and improvements in existing technology. This will enhance the capacity to offer year round supplies at competitive prices.

With respect to live lobster, in the short term we expect to see increased emphasis on reducing mortality rates during holding and transport. Although already low, improvements will give increased economic gains to all segments of the industry.

On the processing side we expect to see increased emphasis on upgrading the image of existing products, notably the brine pack, and development of new products including specialty products. Improved packaging also represents a challenge to the industry.

The United Kingdom with its diversified tastes and increasing demand for more ready to cook and ready to eat products should be particularly receptive to these developments.

I would like to thank the organizers of the conference for the opportunity to talk to you today about developments in the lobster industry.

I will be pleased to take your questions now. If you require further information or wish to obtain a list of lobster suppliers, you may wish to contact Janet Farmer at the Canadian High Commission here in London.

APPENDIX 1

LIST OF CONTACTS

Western Europe Trade and Investment Development Division
External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa K1A 0G2

Jennifer Barbarie
Tel: 613-996-5555
Telex: 053-3745
Fax: 613-996-9103

Fisheries Division
External Affairs and International Trade Canada
125 Sussex Drive
Ottawa K1H 0G2

Francois Laberge
Tel: 613-995-1714
Telex: 053-3745
Fax: 613-995-8384

Canadian High Commission
Macdonald House
1 Grosvenor Square
London W1X 0AB

Janet Farmer
Tel (011-44-1) 629-9492
Fax (011-44-1) 491-3968
Telex (code 51) 261592

VANCOUVER

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Scotia Tower
900-650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
Vancouver, British Columbia
V6B 5H8
Fax: (604) 666-8330
Telex: 04-51191

Contact

Mr. Zen Burianyk
Senior Trade Commissioner
(604) 666-1438

ALBERTA INTERNATIONAL TRADE CENTRE:

INTERNATIONAL TRADE CENTRE,
EDMONTON OFFICE
Canada Place
Suite 540
9700 Jasper Avenue,
Edmonton, Alberta
T5J 4C3
Fax: (403) 495-4507
Telex: 037-2762

Contact

Mr. Bill Roberts
Senior Trade Commissioner
(403) 495-4415

INTERNATIONAL TRADE CENTRE,
CALGARY OFFICE:
11th Floor
510 - 5th Street S.W.
Calgary, Alberta
T2P 3S2
Fax: (403) 292-4578

Contact

Mr. Gerald Milot
Senior Trade Commissioner
(403) 292-6409

SASKATOON

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
6th Floor
105-21st Street East
Saskatoon, Saskatchewan
S7K 0B3
Fax: (306) 975-5334
Telex: 074-2742

Contact

Mr. Al McEwen
Senior Trade Commissioner
(306) 975-4343
Mr. Ron McLeod
(306) 975-5318

WINNIPEG

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
8th Floor
330 Portage Avenue
P.O. Box 981
Winnipeg, Manitoba
R3C 2V2
Fax: (204) 983-2187
Telex: 07-57624

Contact

Mr. Al Lyons
Senior Trade Commissioner
(204) 983-4099

TORONTO

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
Toronto, Ontario
M5J 1A4
Fax: (416) 973-8161
Telex: 065-24378

Contact

Mr. Doug Sirrs
Director General
(416) 973-5050
Mr. Doug Paterson
Senior Trade Commissioner
(416) 973-5053

MONTREAL

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Stock Exchange Tower
800 Victoria Square
Suite 3800
P.O. Box 247
Montreal, Quebec
H4Z 1E8
Fax: (514) 283-3302
Telex: 055-60768

Contact

Mr. Claude Lavoie
Acting Senior Trade Commissioner
(514) 283-8791

MONCTON

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Assumption Place
770 Main Street
P.O. Box 1210
Moncton, New Brunswick
E1C 8P9
Fax: (506) 857-6429
Telex: 014-2200

Contact

Mr. Guy-André Gélinas
Senior Trade Commissioner
(506) 857-6440

HALIFAX

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Central Guarantee Trust Building
1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
Halifax, Nova Scotia
B3J 2V9
Fax: (902) 426-2624
Telex: 019-22525

Contact

Mr. Doug Rosenthal
Senior Trade Commissioner
(902) 426-6125

CHARLOTTETOWN

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
Confederation Court Mall
134 Kent Street, Suite 400
P.O. Box 1115
Charlottetown,
Prince Edward Island
CIA 7H8
Fax: (902) 566-7450
Telex: 014-44129

Contact

Mr. Fraser Dickson
Senior Trade Commissioner
(902) 566-7443

ST. JOHN'S

INTERNATIONAL TRADE CENTRE
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
St. John's, Newfoundland
A1B 3R9
Fax: (709) 772-2373
Telex: 016-4749

Contact

Mr. Tom Greenwood
Senior Trade Commissioner
(709) 772-5511

OTHER TRADE CONTACTS IN TERRITORIES:
WHITEHORSE

Suite 301
108 Lambert Street
Whitehorse, Yukon
Y1A 1Z2
Fax: (403) 668-5003

Contact

Mr. Larry Bagnell
(403) 668-4655

YELLOWKNIFE

10th Floor
Precambrian Building
4922 - 52nd Street
P.O. Bag 6100
Yellowknife, Northwest Territories
X1A 2R3
Fax: (403) 873-6228

Contact

Mr. Jeff Titterington
(403) 920- 8575