



Third Session  
Thirty-seventh Parliament, 2004

Troisième session de la  
trente-septième législature, 2004

SENATE OF CANADA

---

SÉNAT DU CANADA

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent de l'*

## **Agriculture and Forestry**

## **Agriculture et des forêts**

*Chair:*

The Honourable DONALD H. OLIVER

---

*Président:*

L'honorable DONALD H. OLIVER

---

Tuesday, April 27, 2004  
Thursday, April 29, 2004

---

Le mardi 27 avril 2004  
Le jeudi 29 avril 2004

---

**Issue No. 8**

**Fascicule n° 8**

**Fourth and fifth meetings on:**

The development and marketing of value-added  
agricultural, agri-food and forest products

---

**Quatrième et cinquième réunions concernant:**

Le développement et la commercialisation de produits  
agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée

---

WITNESSES:  
(See back cover)

TÉMOINS:  
(Voir à l'endos)

THE STANDING SENATE COMMITTEE  
ON AGRICULTURE AND FORESTRY

The Honourable Donald H. Oliver, *Chair*

The Honourable Joyce Fairbairn, P.C., *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

* Austin, P.C., (or Rompkey, P.C.) Callbeck Gustafson Hubley LaPierre Lawson	* Lynch-Staunton (or Kinsella) Mercer Ringuette St. Germain, P.C. Sparrow Tkachuk
--	---

\* *Ex Officio Members*

(Quorum 4)

LE COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT  
DE L'AGRICULTURE ET DES FORÊTS

*Président*: L'honorable Donald H. Oliver

*Vice-présidente*: L'honorable Joyce Fairbairn, c.p.

et

Les honorables sénateurs:

* Austin, c.p. (ou Rompkey, c.p.) Callbeck Gustafson Hubley LaPierre Lawson	* Lynch-Staunton (ou Kinsella) Mercer Ringuette St. Germain, c.p. Sparrow Tkachuk
---	---

\* *Membres d'office*

(Quorum 4)

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, April 27, 2004  
(12)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met at 6:15 p.m., this day, in room 705, Victoria Building, the Chair, the Honourable Donald H. Oliver, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Callbeck, Fairbairn, P.C., Hubley, Mercer, Oliver and Ringuette (6).

*In attendance:* From the Research Branch of the Library of parliament: Frédéric Forge and Marc Leblanc.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Monday, February 16, 2004, the committee continued its examination of issues related to the development and marketing of value-added agricultural, agri-food and forest products, on the domestic and international markets. (*For a complete text of the order of Reference see proceedings of the committee, Issue No. 5.*)

**WITNESS:**

*From Quail's Gate Estate Winery:*

Tony Stewart, Proprietor.

The Chair made an opening statement.

Mr. Stewart made a presentation and answered questions.

The Chair made a closing statement.

At 7:40 p.m., the committee adjourned to the call of the Chair.

**ATTEST:**

OTTAWA, Thursday, April 29, 2004  
(13)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met at 8:35 a.m., this day, in room 505, Victoria Building, the Chair, the Honourable Donald H. Oliver, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Callbeck, Hubley, Lawson, Mercer, Oliver, St. Germain, P.C., and Tkachuk (7).

*In attendance:* From the Research Branch of the Library of parliament: Frédéric Forge and Marc Leblanc.

*Also in attendance:* The official reporters of the Senate.

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 27 avril 2004  
(12)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 18 h 15, dans la salle 705 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Donald H. Oliver (*président*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Callbeck, Fairbairn, c.p., Hubley, Mercer, Oliver et Ringuette (6).

*Également présents:* De la Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement: Frédéric Forge et Marc Leblanc.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

En conformité avec l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le lundi 16 février 2004, le comité poursuit son examen des questions liées au développement et à la commercialisation de produits agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée sur les marchés intérieurs et internationaux. (*Le texte en clair de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 5 des délibérations du comité.*)

**TÉMOIN:**

*De Quail's Gate Estate Winery:*

Tony Stewart, propriétaire.

Le président prononce un mot de bienvenue.

M. Stewart fait un exposé, puis répond aux questions.

Le président fait quelques dernières observations.

À 19 h 40, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ:**

OTTAWA, le jeudi 29 avril 2004  
(13)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 h 35, dans la salle 505 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Donald H. Oliver (*président*).

*Membres du comité présents:* Les honorables sénateurs Callbeck, Hubley, Lawson, Mercer, Oliver, St. Germain, c.p., et Tkachuk. (7)

*Également présents:* De la Direction de la recherche parlementaire de la Bibliothèque du Parlement: Frédéric Forge et Marc Leblanc.

*Aussi présents:* Les sténographes officiels du Sénat.

Pursuant to the Order of Reference adopted by the Senate on Monday, February 16, 2004, the committee continued its examination of issues related to the development and marketing of value-added agricultural, agri-food and forest products, on the domestic and international markets. (*For a complete text of the order of Reference see proceedings of the committee, Issue No. 5.*)

*WITNESSES:*

*From Agriculture and Agri-Food Canada:*

Gary B. Koestler, Deputy Director, Eastern Hemisphere Division, International Trade Policy Directorate;

Michael Presley, Director General, Food Value Chain Bureau, Food Safety and Quality, International Issues.

*from the Canadian Vinters Association:*

Bill Ross, President.

The Chair made an opening statement.

Mr. Koestler made a presentation.

Mr. Koestler and Mr. Presley answered questions.

At 9:42 a.m., the committee suspended.

At 9:45 a.m., the committee resumed.

Mr. Ross made a presentation and answered questions.

The Chair made a closing statement.

At 10:30 a.m., the committee adjourned to the call of the Chair.

*ATTEST:*

En conformité avec l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le lundi 16 février 2004, le comité poursuit son examen de questions liées au développement et à la commercialisation de produits agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée sur les marchés intérieurs et internationaux. (*Le texte en clair de l'ordre de renvoi se trouve dans le fascicule n° 5 des délibérations du comité.*)

*TÉMOINS:*

*D'Agriculture et Agroalimentaire Canada:*

Gary B. Koestler, directeur adjoint, Hémisphère oriental, Direction des politiques de commerce international;

Michael Presley, directeur général, Bureau de la chaîne de valeur des aliments, Salubrité et qualité des aliments, Questions internationales.

*De l'Association des vignerons du Canada:*

Bill Ross, président.

Le président prononce quelques mots de bienvenue.

M. Koestler fait un exposé.

M. Koestler et M. Presley répondent aux questions.

À 9 h 42, le comité suspend ses travaux.

À 9 h 45, le comité reprend ses travaux.

M. Ross fait un exposé, puis répond aux questions.

Le président fait quelques dernières observations.

À 10 h 30, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ:*

*Le greffier du comité,*

Keli Hogan

*Clerk of the Committee*

**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday April 27, 2004

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 6:15 p.m. to consider issues related to the development and marketing of value-added agricultural, agri-food and forest products, on the domestic and international markets.

**The Honourable Donald Oliver** (*Chairman*) presiding.

[*Translation*]

**The Chairman:** First of all, I would like to welcome everyone, including the people who are tuning in to these proceeding via CPAC and the Internet. Today, we continue our study of issues related to the development and marketing of value-added agricultural, agri-food and forest products on the domestic and international markets.

[*English*]

Over the last weeks, we have listened to various witnesses who explained to us the issues surrounding the development and marketing of value-added agricultural, agri-food and forest products. This evening, we have invited Mr. Tony Stewart, the proprietor of Quail's Gate Estate Winery, to provide us with an overview of the issues his industry is facing in relation to the value-added-product opportunities for farmers.

I will now invite Mr. Stewart to begin his presentation.

**Mr. Tony Stewart, Proprietor, Quail's Gate Estate Winery:** Thank you for the opportunity to appear before you. I will comment on policies for which the wine industry is seeking support, bearing in mind that the Canadian Vintners Association is making a presentation next Thursday. I will leave the more detail to Mr. Bill Ross.

By all accounts, the current state of the Canadian wine industry is a great success story. In little over a decade the industry has transformed itself from an industry on the verge of elimination to one where it is not uncommon to hear, weekly, of a Canadian wine that won an award at an international competition, or wines being served at state functions in Helsinki or other venues around the world. Canada is now the foremost producer of ice wines.

Despite its success, the industry has faced some challenges in the last few years. The last two winters in Ontario have severely affected the Grape Growers of Ontario. The Asian ladybug crisis in Niagara was another issue that beset the industry there. Most recently, in the British Columbia forest fires, we saw one winery burn to the ground and grapes were destroyed in a number of vineyards.

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 27 avril 2004

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui à 18 h 15 pour étudier les questions liées au développement et à la commercialisation de produits agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée sur les marchés national et international.

**L'honorable Donald Oliver** (*président*) occupe le fauteuil.

[*Français*]

**Le président:** Laissez-moi d'abord vous souhaiter la bienvenue, chers collègues, ainsi qu'à nos observateurs. Je voudrais aussi souhaiter la bienvenue aux Canadiennes et aux Canadiens qui nous regardent et nous écoutent sur CPAC et Internet. Aujourd'hui, nous continuons notre étude des questions se rattachant au développement et à la mise en marché, au Canada et à l'étranger, de produits agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée.

[*Traduction*]

Au cours des dernières semaines, nous avons reçu différents témoins qui nous ont fourni des explications sur les questions liées au développement et la commercialisation de produits agricoles, agro-alimentaires et forestiers à valeur ajoutée. Ce soir, nous recevons M. Tony Stewart, propriétaire de Quail's Gate Estate Winery, qui nous présentera un aperçu des enjeux auxquels son industrie est confrontée en rapport avec les possibilités pour les agriculteurs de développer des produits à valeur ajoutée.

J'invite maintenant M. Stewart à commencer son exposé.

**M. Tony Stewart, propriétaire, Quail's Gate Estate Winery:** Merci de me donner cette occasion de comparaître devant vous. Je vais vous entretenir des politiques pour lesquelles l'industrie viticole demande du soutien, en n'oubliant pas que la Canadian Vintners Association vous présentera son propre exposé jeudi prochain. Je vais laisser à M. Bill Ross le soin de vous brosser un portrait plus détaillé de la situation.

Aux dires de tous, l'industrie viticole canadienne connaît actuellement des succès extraordinaires. En moins d'une décennie, on est passé d'une industrie au seuil de la disparition à une situation où il n'est pas rare d'entendre, semaine après semaine, qu'un vin canadien a gagné un prix lors d'un concours international ou que des vins de chez nous ont été servis lors d'une réception officielle à Helsinki ou ailleurs. Le Canada est d'ailleurs devenu le plus grand producteur de vins de glace au monde.

Malgré cette réussite, l'industrie a connu certains problèmes au cours des dernières années. Les deux derniers hivers ont sérieusement affecté les viticulteurs de l'Ontario. L'invasion de la coccinelle asiatique dans la région du Niagara est un autre problème qui a touché l'industrie ontarienne. Plus récemment, les feux de forêt en Colombie-Britannique ont rasé complètement un établissement viticole et détruit des raisins dans de nombreux vignobles.

The industry is confident we can face any challenges we have — we only require a partnership with our stakeholders, and certainly the Government of Canada is one of those.

The Canadian industry is seeking some policy changes, three of which I will speak to: excise duty relief, domestic market support, and research and development. I will allow Mr. Ross to comment further on the other three changes.

I would like to start with what I call the “British Columbia perspective” on the success of Canada’s grape and wine industry. In the past decade, the industry in British Columbia has become a lean, clean and green model of success for our province, and the same would be true in Ontario.

The industry currently has 82 wineries, \$800 million in capital invested, \$230 million in annual sales, \$100 million in tourism revenue, \$110 million in direct contribution to the province, about \$24 million direct contribution to the federal government, and \$543 million in planned investment over the next five years in tourism facilities, vineyards and plant facilities.

I thought French trade paradox, might be appropriate for the value-added review that you are going through. As part of free trade, the Canadian wine industry supplied low-cost value-based wines primarily from imported juice. In the late 1980s, the FTA sparked the end of what our family thought was a long history in grape growing. However, there were changes made and the industry opted to focus on a quality program.

The 1990s saw the creation of the British Columbia Wine Institute, which started to set the minimum quality standards. In 1991, British Columbia adopted the Vintners Quality Alliance Program, which was started here in Ontario. That shift to quality brought about some changes. The provincial initiatives that were launched all focused on quality; there was nothing that was a subsidy to help an existing system that was not working. It was all about getting the quality program going. The marketing boards were eliminated to allow for free pricing of grapes, which was unheard of before.

Since 1992, the result of these changes has seen double-digit growth in Vintners Quality Alliance, VQA, sales. Last year the only category to outpace VQA sales in British Columbia was Australian wines at 24 per cent; B.C. wines were at 21 per cent. The success of wineries in Ontario and in British Columbia has garnered international attention and raised the profile of the industry. Plantings exceed 5,500 acres now and total investment is noted at \$800 million.

L’industrie est persuadée de pouvoir relever les défis qui l’attendent — il nous faut seulement travailler en partenariat avec les autres intéressés dont le gouvernement du Canada fait bien sûr partie.

L’industrie viticole canadienne voudrait que certaines politiques soient changées. Je vais vous entretenir de trois d’entre elles: l’allègement de la taxe d’accise, le soutien sur les marchés intérieurs et la R et D. Je vais laisser M. Ross vous parler plus en détail des autres changements souhaités.

Je vais vous exposer d’abord les succès de l’industrie viticole canadienne à partir du point de vue de la Colombie-Britannique. Au cours de la dernière décennie, l’industrie viticole est devenue un modèle de réussite en Colombie-Britannique: une industrie épurée, propre et verte comme celle que l’on retrouve en Ontario.

L’industrie compte actuellement 82 établissements viticoles, 800 millions de dollars en capitaux investis, 230 millions de dollars de ventes annuelles, 100 millions de dollars en revenus touristiques, 110 millions de dollars en contributions directes à la province, environ 24 millions de dollars en contributions directes au gouvernement fédéral et 543 millions de dollars en investissements prévus au cours des cinq prochaines années pour des installations touristiques, des vignobles et des usines.

J’ai pensé que le paradoxe du libre échange pourrait être approprié aux fins de l’analyse des produits à valeur ajoutée que vous effectuez. Dans le cadre du libre échange, l’industrie vinicole canadienne a produit des vins à faible coût principalement à partir de jus importé. À la fin des années 80, l’accord de libre échange a provoqué la fin de ce que notre famille pensait être une longue tradition de viticulture. Cependant, des changements ont été apportés et l’industrie a opté pour un programme axé sur la qualité.

Les années 90 ont vu la création du British Columbia Wine Institute, qui a établi les premières normes minimales de qualité. En 1991, la Colombie-Britannique a instauré le Vintners Quality Alliance Program, une mesure d’assurance de la qualité du vin qui a ses origines ici même en Ontario. Cette transition vers des produits de qualité a entraîné certaines transformations. Toutes les initiatives provinciales mises en oeuvre mettaient l’accent sur la qualité; il n’était pas question de subventionner un système en place qui ne fonctionnait pas bien. Tous les efforts visaient à favoriser le développement du programme de qualité. Les offices de commercialisation ont été supprimés afin de permettre le libre établissement du prix des raisins, une situation sans précédent.

Depuis 1992, ces changements ont entraîné une croissance des ventes dépassant les 10 p. 100 pour les produits portant le sceau Vintners Quality Alliance (VQA). L’an dernier, seuls les vins australiens (24 p. 100) ont connu une croissance des ventes plus rapide que les produits VQA (21 p. 100) en Colombie-Britannique. Les succès des établissements viticoles en Ontario et en Colombie-Britannique ont retenu l’attention à l’échelle internationale et contribué à faire mieux connaître notre industrie. Les vignobles s’étendent maintenant sur une superficie de plus de 5 500 acres et les investissements totaux se chiffrent à 800 millions de dollars.

I would like to provide a quick comparison to give you the then and now snapshot, which is pretty profound. While it is still as small industry, it is a huge change from what it was.

The market reality is that we will only be successful as a premium-niche producer. We are not going to be going head-to-head with volume-based regions around the world. We have to maintain quality and a price point that shows value to the consumers. Our niche strategy is that we will relentlessly pursue a premium product. We will strive to educate our domestic consumers on the value of Canadian wines. We will continue to develop the wine country experience because it is a huge bonus to the country to bring people here, allow them to tour and see what we are doing, take processing to where it is returning something back as a tourism component. We will also seek out niche premium export markets, such as Japan, London and other markets around the world.

Why is it important? For every bottle of imported wine sold in Canada, 51 cents stays in the country, versus for every litre of VQA wine sold in the country there is \$4.16 — an eight-fold return to the country.

A review of wine policy around the world shows that the domestic wineries produce the lion's share of what is consumed in other countries. In British Columbia, we consume 49 per cent of Canadian wines, of which only 14 per cent is 100 per cent Canadian product; in Ontario it is about 32 per cent, so it is even lower. Therefore, we need to have a strong domestic base to operate from, and all our competitors have that.

The VQA sets our minimum requirement. You have all heard about the success of the program, but it is our minimum. We shoot for higher than that. The wineries continue to develop their own brands. We market ourselves and that will be very important as I near the end of my presentation.

We are increasing the value of wines between \$15 and \$25 — which is where we feel we have our competitive advantage. Our industry contributes considerable amount annually into R&D and we need to look at ways of partnering that so that industry-led R&D is being brought forward in a partnership with government.

We will develop and promote VQA, continue to create the wine experience, and demonstrate to our Canadian consumers that we have the best premium value products available.

Excise duty relief is done elsewhere. We have actually taken the policy of the United States as a model for the consideration for the government here. Excise duty relief allows small producers an opportunity to build up a critical mass, so they are given a bit of a

J'aimerais faire une comparaison rapide entre la situation actuelle et celle qui prévalait auparavant, un parallèle d'ailleurs très révélateur. Bien que notre industrie soit encore de taille modeste, elle a énormément évolué par rapport à ce qu'elle était.

Pour connaître le succès, nos producteurs doivent viser les créneaux supérieurs du marché. Nous ne pouvons pas affronter sur leur terrain les régions viticoles de la planète dont la production est basée sur le volume. Nous devons maintenir la qualité de nos produits tout en établissant un prix qui fera en sorte que le consommateur en a pour son argent. Notre stratégie de créneau consiste à tout mettre en oeuvre pour offrir un produit de qualité supérieure. Nous nous efforcerons de sensibiliser les consommateurs canadiens à la valeur des vins produits ici. Nous allons poursuivre le développement des programmes de visite des régions viticoles parce qu'il est extrêmement avantageux de pouvoir amener les gens chez nous, leur permettre de visiter et de voir ce que nous faisons, et veiller à ce que les activités de traitement soient intégrées à l'offre touristique globale. Nous allons également chercher à nous faire une place au sein des créneaux supérieurs des marchés d'exportation, comme le Japon et Londres notamment.

Pourquoi est-ce si important? Pour chaque bouteille de vin importée vendue au Canada, 51 sous demeurent au pays, alors que pour chaque litre de vin VQA vendu ici, 4,16 \$ restent au Canada — c'est un rendement huit fois supérieur pour notre pays.

Si l'on examine les politiques viticoles des autres pays, on constate que les établissements locaux produisent la plus grande partie du vin consommé sur place. En Colombie-Britannique, nous consommons 49 p. 100 de vins canadiens, dont seulement 14 p. 100 sont entièrement produits chez nous; en Ontario, cette proportion est d'environ 32 p. 100, ce qui est encore plus faible. Ainsi, nous devons pouvoir nous appuyer sur un marché national fort, un avantage dont disposent tous nos concurrents.

La norme VQA établit nos exigences minimales. Vous avez tous entendu parler de la réussite de ce programme, mais cela reste une norme minimale. Nos visées sont plus élevées. Les établissements viticoles continuent de créer leurs propres marques. Nous faisons notre propre mise en marché et ce sera un point très important pour la conclusion de mon exposé.

Nous avons augmenté la valeur des vins qui se situe maintenant entre 15 et 25 \$ — un niveau qui nous procure selon nous un avantage concurrentiel. Notre industrie investit chaque année des montants considérables aux fins de la R et D et nous nous devons d'explorer les possibilités de partenariat de manière à ce que ces activités puissent être réalisées en collaboration avec le gouvernement.

Nous allons poursuivre le développement et la promotion de la norme VQA, continuer de peaufiner l'expérience viticole et montrer aux consommateurs canadiens que nous offrons les meilleurs produits de valeur supérieure disponibles.

D'autres pays offrent un allègement de la taxe d'accise. Nous avons d'ailleurs utilisé la politique des États-Unis comme modèle à examiner pour le gouvernement canadien. L'allègement de la taxe d'accise permet aux petits producteurs de se donner une

break on a production below a certain level. It is not for the big guys, it is for the small guys. As you see in many regions, a lot of those small producers really drive the brand.

Domestic marketing support is hugely important right now. We had a program in place up until 2001 and we ran events such as Canada à la Carte, a joint collaborative value-added food group exhibition. It showcased producers from around Canada and brought out the best of what we can do. We no longer can afford to do those types of programs because as an industry-led initiative it is too costly. With all the other sectors having the problems they have, it is a huge opportunity for us to consider reinstating the Canadian Wine Marketing Development Program in conjunction with other value-added products.

The problem with R&D currently is that it seems to be on a year-by-year basis so long-term research projects are sometimes left off the table. We need to look at ways to continue such projects — perhaps through an endowment of funds that would provide consistent funding to the sector.

The Canadian Vintners Association will speak to the issues of national standards and food and drug regulation, and packaging and labelling.

In respect of questions agriculture policy, I should like you to consider some points. Historically, branding of agricultural products is done by country or province, such as Canada Grade A, extra fancy, B.C.-grown. The consumer sees little or no difference between these products. It is all one brand. The lowest common denominator sometimes sets the standards, and the consumers' concerns or questions are not always taken into consideration. That is hugely important.

There have been some changes. We are seeing an increase in organic food sales; consumers are willing to pay more to insure quality or perceived benefit. There is increasing public concern over GMOs and protein supplements. Consumers are now setting new standards — they are telling the food producers and value-added agricultural products what they want to see. Maple Leaf's decision to switch to allowing only vegetable-based meal protein feeds for their poultry cost \$16 million cost and they figure it is worth it. Hence, there is a huge change occurring in the marketplace.

Export market considerations have to be set because other countries around the world will set the standards if we do not. I believe Canada's policies in agriculture have allowed us to

masse critique, de manière à pouvoir profiter d'une marge de manoeuvre lorsque la production est inférieure à un certain niveau. Cette mesure ne s'adresse pas aux gros producteurs, mais bien aux petits exploitants. Comme vous pouvez le constater dans bien des régions, un grand nombre de ces petits producteurs contribuent réellement à la promotion de l'image de marque.

Le soutien aux efforts de commercialisation locale est absolument essentiel actuellement. Dans le cadre d'un programme en place jusqu'en 2001, nous tenions des événements comme Canada à la carte, un salon regroupant différents producteurs de denrées alimentaires à valeur ajoutée. Les producteurs de tout le Canada y présentaient nos réalisations les plus intéressantes. Nous n'avons pas pu poursuivre ce genre de programmes car l'industrie n'a pas les moyens de les réaliser à elle seule. Compte tenu des problèmes que connaissent les autres secteurs, le moment est on ne peut mieux choisi pour envisager le rétablissement du Programme de promotion du marché du vin canadien conjointement avec d'autres produits à valeur ajoutée.

Le problème, c'est que la R et D semble se faire actuellement sur une base annuelle, alors que les projets de recherche à long terme sont souvent abandonnés. Nous devons examiner des façons de pouvoir poursuivre ces projets — peut-être au moyen d'un fonds de dotation qui permettra d'assurer un financement permanent à cette fin.

Le représentant de la Canadian Vintners Association vous entretiendra des questions liées aux normes nationales et à la réglementation en matière d'aliments et de drogues, ainsi que de l'emballage et de l'étiquetage.

Pour les questions touchant la politique agricole, voici certains éléments que j'aimerais que vous preniez en considération. Depuis toujours, l'image de marque des produits agricoles est établie à l'échelle du pays ou de la province; il suffit de penser à Canada Grade A, extra de fantaisie, cultivé en Colombie-Britannique. Le consommateur ne voit que très peu ou pas du tout de différence entre ces produits. C'est comme s'ils étaient tous de la même marque. C'est souvent le plus petit dénominateur commun qui constitue la norme, et les questions et les préoccupations des consommateurs ne sont pas toujours prises en compte. C'est un point extrêmement important.

Certains changements ont été apportés à ce chapitre. Nous constatons une augmentation des ventes de produits biologiques; les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour obtenir un produit de qualité ou un avantage qu'ils perçoivent. Les gens sont de plus en plus préoccupés par les OGM et les protéines de complément. Les consommateurs établissent désormais les nouvelles normes: ils dictent maintenant ce qu'ils veulent obtenir comme aliments et produits agricoles à valeur ajoutée. La décision d'utiliser uniquement des aliments protidiques à base végétale pour ses volailles a coûté 16 millions de dollars à Maple Leaf; l'entreprise a déterminé que cela en valait le coût. On constate donc une transformation majeure sur les marchés.

Il convient de prendre en compte les exigences des marchés d'exportation parce que ce sont les autres pays qui établiront les normes si nous ne le faisons pas. Selon moi, les politiques



produce some of the highest quality, best value-added agricultural products in the world. However, the market is changing and unless we change, we will be left far behind.

I would suggest a new approach. Farmers might broaden their brand association and engage their customers. Sour cherries and cherries in British Columbia were totally non-viable a few years ago. Today the farmers there are making substantial profits in that business. Why? They went out and engaged their customers. They go to Japan, they meet their clientele, they pack the fruit, they send it out and they deal one-to-one with their customers. They do not go to a one-standard homogeneous brand. They brand their own products.

We need to reduce the tendency to reject consumers' concerns. I had the privilege of sitting on a committee where we had to deal with the GMO issue, which was continually discarded as non-viable due to scientific research. The consumer does not understand that. The food groups that deal with GMOs need to look at the concerns that consumers are bringing forward and try a new way to deal with them.

We must establish standards that promote producers and process to brand higher. There is a success story in the wine industry. VQA has worked. We brand above that, not just to it.

Development of new industry practices will allow the greater segregation of product and a branded approach. The individual groups — the value-added products producers — need to have a brand in mind. If they do not have their own individual brand they run the risk that one producer will bring them all down. We should set the standard for the world based on quality, not on cost.

I welcome any questions senators may have.

**The Chairman:** Thank you very much, Mr. Stewart. I found your presentation to be excellent.

This committee started the study a little while ago and already we have received a lot of support from farmers and farm groups from various provinces who say they are delighted we are doing this. Even the Minister of Agriculture has said that he was happy we are doing this study, in trying to look at marketing and looking at promotion and the retailing side of some of these products to find out how we can add more value and leave more money at farm gate for farmers. We have no idea what results and

canadiennes nous ont permis d'élaborer quelques-uns des produits agricoles offrant la meilleure qualité et la plus grande valeur ajoutée dans le monde. Cependant, les marchés évoluent et nous allons être sérieusement laissés pour compte si nous ne suivons pas les tendances.

Permettez-moi de suggérer une nouvelle approche. Les agriculteurs devraient axer davantage leurs efforts sur la promotion de l'image de marque et mobiliser leurs clients à cet égard. Il y a quelques années, les cerises et les cerises aigres n'offraient absolument aucune possibilité de commercialisation en Colombie-Britannique. Aujourd'hui, les agriculteurs réalisent d'importants profits grâce à ces produits. Pourquoi ce changement? Ils sont allés voir leurs clients pour les sensibiliser. Ils se sont rendus au Japon, ont rencontré leurs clients, ont emballé les cerises, les ont expédiées et ont traité directement avec leurs clients. Ils ne se sont pas contentés d'une seule et unique marque pour tous les produits. Ils ont établi l'image de marque de leurs produits.

Nous devons mettre un frein à la tendance à rejeter les préoccupations des consommateurs. J'ai eu le privilège de participer aux travaux d'un comité qui traitait de la question des OGM, une solution sans cesse mise de côté parce que jugée non viable par la recherche scientifique. Les consommateurs ne comprennent pas cela. Les groupes de producteurs alimentaires concernés par les OGM doivent tenir compte des préoccupations soulevées par les consommateurs et tester de nouveaux modes d'interaction avec ceux-ci.

Nous devons établir des normes qui favorisent la promotion des producteurs et l'établissement d'images de marque plus prestigieuses. L'industrie vinicole est un bon exemple de réussite à cet égard. La norme VQA a produit les résultats escomptés. Nous ne nous arrêtons pas à cette norme; nous cherchons à offrir un produit encore meilleur.

L'établissement de nouvelles pratiques au sein de l'industrie permettra une meilleure distinction entre les produits et une approche davantage axée sur l'image de marque. Les différents groupes — les producteurs à valeur ajoutée — doivent viser une image de marque à offrir. Si chacun ne peut pas offrir sa marque distinctive, ils courent tous le risque de voir un seul producteur les rabaisser à un niveau de qualité inférieur. Nos normes à atteindre pour les marchés mondiaux doivent être établies en fonction de la qualité, et non du coût.

Je suis maintenant prêt à répondre aux questions des sénateurs.

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur Stewart, votre exposé était fort intéressant.

Notre comité vient d'amorcer cet examen, mais nous recevons déjà de nombreux appuis des agriculteurs et des groupes agricoles de différentes provinces qui se réjouissent de nous voir aborder cette tâche. Même le ministre de l'Agriculture s'est dit heureux de nous voir procéder à cette analyse où nous nous penchons sur les aspects commercialisation, promotion et mise en marché de certains de ces produits afin de déterminer comment nous pourrions accroître la valeur ajoutée et mettre davantage

recommendations we will have at the end, but it is presentations such as yours that stimulate us into a lot of new ideas and I thank you for that.

There are two questions that I would like to ask. One thing has always concerned me about many Canadian agricultural products such as wine, cheese, meats and many others: It is often difficult to move such products from one province to another — internal domestic trade.

My first question deals with that issue. It has been argued that the federal-provincial Agreement on Internal Trade, AIT, actually improved the distribution of alcoholic beverages within Canada. Has the interprovincial trade in wine improved since the signing of the AIT as far as you are concerned? Are there circumstances in which it is easier for a large, foreign supplier to sell into a province such as British Columbia, Ontario or Quebec, than it is to sell province-to-province to stores that preserve shelf space for French wines rather than for British Columbia wines? Does the Canadian marketing system for alcoholic beverages, which is managed by provincial liquor control boards, inhibit or stimulate the development of value-added products?

I would love to hear your comments on those questions because they raise the issue of interprovincial trade and interprovincial trade barriers. If there are such barriers and if this committee could make recommendations to eliminate those barriers, would that help to put more money on the farm gate?

**Mr. Stewart:** In response to your first question, the challenge that we face on international trade issues is that it such a huge source of revenue — for our product in particular — for provinces across Canada that they have implemented monopolies that are vested with the responsibility of ensuring that they make the best return possible. We have a challenge with that because we are small, niche producers and we do not have the marketing dollars that some countries have to approach a liquor board in Canada and demand certain shelf space.

British Columbia and Ontario have wine regions and their respective liquor boards have been very supportive to their provincial groups. However, the boards have been less than enthusiastic in welcoming products from other provinces.

The United States implemented reciprocal direct delivery as a method to allow wine-producing states to expand their customer base. Certainly, I would encourage this committee to make that recommendation because that would be a huge benefit for consumers across the country.

**The Chairman:** Could you explain to the committee how that works?

d'argent dans les poches des agriculteurs. Nous n'avons aucune idée des conclusions que nous tirerons et des recommandations que nous formulerons en bout de ligne, mais des exposés comme le vôtre viennent éclairer notre examen avec de nombreuses idées nouvelles et nous vous en remercions.

J'aimerais vous poser deux questions. L'un des aspects qui m'a toujours préoccupé relativement à de nombreux produits agricoles canadiens comme le vin, le fromage, la viande, et cetera, c'est qu'il est souvent difficile de les faire passer d'une province à l'autre — un problème de commerce intérieur.

Ma première question concerne ce problème. Certains ont prétendu que l'Accord sur le commerce intérieur (ACI) entre le Canada et les provinces a facilité la distribution des boissons alcooliques au Canada. À votre point de vue, est-ce que le commerce interprovincial du vin a été facilité par la ratification de l'ACI? Existe-t-il des situations où il est plus facile pour un grand fournisseur étranger de vendre ses produits dans une province comme la Colombie-Britannique, l'Ontario ou le Québec, que pour un producteur canadien de faire de même d'une province à une autre en s'adressant à des commerçants qui préfèrent garder de la place pour les vins français, plutôt que pour ceux de la Colombie-Britannique? Est-ce que le système canadien de commercialisation des boissons alcooliques, qui est géré par les régies des alcools provinciales, inhibe ou stimule le développement de produits à valeur ajoutée?

J'aimerais bien connaître votre point de vue sur ces questions parce qu'elles soulèvent le problème du commerce interprovincial et des obstacles qui s'y opposent. Si de tels obstacles existent et si notre comité pouvait formuler des recommandations en vue de leur élimination, est-ce que les agriculteurs en sortiraient gagnants?

**M. Stewart:** Pour répondre à votre première question, la difficulté à laquelle nous sommes confrontés sur le plan du commerce international vient du fait que cela constitue une source de revenu tellement considérable — surtout dans le cas de notre produit — pour les provinces canadiennes que celles-ci ont établi des monopoles qui sont investis de la responsabilité d'assurer le meilleur rendement possible. Cela nous pose problème parce que nous sommes de petits producteurs qui ciblons des créneaux et nous ne disposons pas de budgets de marketing comparables à certains pays pour approcher une régie des alcools au Canada et exiger de l'espace sur les tablettes.

La Colombie-Britannique et l'Ontario comptent des régions viticoles et les régies des alcools de ces provinces ont grandement appuyé les producteurs locaux. Cependant, les régies ne sont vraiment pas enclines à accueillir les produits provenant d'autres provinces.

Les États-Unis ont mis en oeuvre un programme de livraison directe réciproque afin de permettre aux États viticoles d'élargir leur base de clientèle. J'encouragerais certes votre comité à recommander l'établissement d'un tel programme qui profiterait grandement aux consommateurs de tout le pays.

**Le président:** Pourriez-vous expliquer au comité le fonctionnement de ce programme?

**Mr. Stewart:** In the United States, many wineries have a reciprocal agreement such that one state will allow another state to sell within the state. We can direct-deliver within British Columbia and Ontario wineries can direct-deliver within Ontario. However, the Ontario winery cannot direct-deliver into British Columbia and vice versa. The other provinces have no domestic industries so there would be a loss in revenue if they were to look at such a system. I do not know how they would see the benefit in allowing it. That is my only thought.

Generally, we all go through the same hurdles. The key challenge facing domestic producers is the issue of size. The number of marketing dollars that California spends in Toronto is probably five times what our industry would spend in the whole country of Canada. You have to be aware of the amount of money behind some of these wine regions.

In response to your second question, with respect to either stimulating or setting back for value-added products, I think that the move to provide an increased awareness of Canadian products is everywhere. We find that we are receiving support on that front but there is definitely a need to have a collaborative approach to marketing. I mentioned that event, Canada a la Carte, which was a national program whereby producers from each province — cheese, dairy, beef, pork, et cetera — got together to market their products. The advantage of such a program is that each province can put in its own value-added products. Thus, B.C. may put in wine and poultry and Alberta may put in beef and something else, and so on with the provinces across the country. Canada has great cuisine and great producers and if we begin to define ourselves in the broad sense of our production capabilities, it would be of great benefit for all.

**The Chairman:** When did that begin and why did it finish? Could you tell me a bit about it in terms of what we might want to investigate about it?

**Mr. Stewart:** From 1994 to 2001, the payback was \$4.5 million into the domestic Canadian wine development and marketing program. The issue was that in conjunction with aims funding for exports. There was a feeling that we had not achieved the numbers they wanted.

However, bear in mind that it is a very slow process to get things going in this business. If consumers decided today that they want more Chardonnay and I may want to provide it to the marketplace but it will take at least six years before I can do that; and if it is a cabernet sauvignon, it will take eight years. We were looking for expert opportunities but we could not bring the product to market quickly enough. Now we do have products on and we are beginning to realize that we have the necessary critical

**M. Stewart:** Aux États-Unis, de nombreux établissements viticoles ont conclu un accord de réciprocité en vertu duquel un État permet la vente de produits d'un autre État. Nous pouvons livrer directement nos produits en Colombie-Britannique et les producteurs ontariens peuvent en faire autant dans leur province. Cependant, le viticulteur ontarien ne peut pas livrer directement ses produits en Colombie-Britannique et vice versa. Comme les autres provinces n'ont pas d'industrie viticole, il y aurait perte de revenus avec un tel système. Je ne vois pas comment elles pourraient trouver davantage d'adopter une telle formule. C'est ma seule crainte.

D'une manière générale, nous sommes tous confrontés aux mêmes obstacles. La principale difficulté qui se dresse devant les producteurs locaux est celle de la taille. Pour la mise en marché de leurs produits à Toronto seulement, les Californiens dépensent probablement cinq fois les sommes que notre industrie consacre à ce chapitre pour l'ensemble du pays. Il faut bien prendre conscience que certaines de ces régions viticoles disposent d'énormément d'argent.

Pour ce qui est de votre seconde question qui consiste à savoir si l'on favorise ou non les produits à valeur ajoutée, je crois que l'on peut constater un peu partout les efforts désormais déployés pour faire mieux connaître les produits canadiens. Nous estimons obtenir déjà de bons appuis dans ce dossier, mais il faut absolument adopter une approche de collaboration pour la commercialisation. Je vous ai déjà parlé de cette activité, Canada à la carte, un programme national qui permettrait aux producteurs — fromage, produits laitiers, boeuf, porc, et cetera — de toutes les provinces de se regrouper pour faire connaître leurs produits. L'avantage d'un tel programme, c'est que chaque province peut mettre en vitrine ses propres produits à valeur ajoutée. Ainsi, la Colombie-Britannique peut présenter son vin et ses volailles et l'Alberta peut faire connaître son boeuf et un autre produit, et ainsi de suite pour toutes les provinces du pays. Nous connaissons l'excellence de la cuisine canadienne et de ses producteurs et si nous commençons à nous définir dans le sens général de nos capacités de production, ce sera extrêmement avantageux pour nous tous.

**Le président:** Quand le programme a-t-il commencé et pourquoi a-t-il pris fin? Pouvez-vous nous en parler un peu, pour que nous sachions quels aspects examiner?

**M. Stewart:** Entre 1994 et 2001, 4,5 millions de dollars ont été versés au programme de commercialisation et de promotion du vin canadien. Le problème, c'est que malgré l'aide financière obtenue dans le cadre de la SCPA pour accroître les exportations, nous n'avons pas atteint les résultats escomptés.

N'oublions pas, toutefois, qu'il faut beaucoup de temps pour percer dans ce milieu. Si les consommateurs décident, aujourd'hui, qu'ils veulent plus de Chardonnay, il va me falloir au moins six ans pour les approvisionner; s'ils veulent du Cabernet Sauvignon, il va me falloir huit ans pour le faire. Nous voulions trouver des débouchés extérieurs, mais nous ne pouvions pas commercialiser le produit assez rapidement. Or, nous avons maintenant un produit bien établi et aussi la masse

mass to deal with the markets. I think it is time to take a second look. Perhaps the funding was worthwhile but it was early days for the industry. Now, the results would be much better.

**Senator Fairbairn:** Most of us remember when Canadian wine was certainly undermined because of the way people made reference to it in comparison with other wines. Undoubtedly this occurred before the industry had a marketing strategy that helped the product, and, as you pointed out, it takes many years to build such an industry.

In respect of promotion of products, you said that we have been recognized internationally, in a number of ways, for having astoundingly good products. To what degree would you hope that marketing might come from the federal government or from a kind of federal-provincial arrangement? Is that getting into more complication than it would warrant?

We have the product. Could you give the committee an idea of how the product could best be promoted with, presumably, the help of the industry within the entire area of international trade? We have made great strides in the industry to date in Canada. The American industry went through such a period as well before it suddenly blossomed. We are now blossoming. What is the best combination of partnerships that we might recognize or promote within our activities to make this industry not only one that is focused in Canada — which is important — but also has a hard edge and lively marketing program internationally?

Are we ready to do that? Is the product, in its excellence and its quantity, ready to be promoted to that degree?

**Mr. Stewart:** Yes, I think we are ready.

In respect of support, on a sector basis it would be difficult to convince anyone in international trade that the wine industry is going to return huge dividends to the country, just based on our size. That is where they are missing the point. When I go to one of our embassies and I want to do market work, why do they not couple me with the beef industry? Why do they not couple me with the pork promotion? They do not — they look at it by sector or by food group, and that is where we are falling down.

As a wine industry, we are promoting a luxury product — it is not an everyday need — and therefore we have to market it as such. We have learned a lot about marketing and promotion, and what to do and how to get people's attention. We can share that information with the other groups.

We can go on a trade mission to Japan with the intent of selling other products, but the wine industry can act as the hub. We can host an event with these groups and showcase our product. We are ready to do that. We are ready to get out there and help in that regard. The big guns that Canada has in agriculture can then

critique nécessaire pour pénétrer les marchés. Je pense qu'il est temps de jeter un second regard sur l'industrie. Le programme de financement nous a été utile, mais l'industrie en était à ses débuts. Aujourd'hui, les résultats seraient plus prometteurs.

**Le sénateur Fairbairn:** Comme la plupart d'entre nous s'en souviennent, les vins canadiens, jadis, étaient peu appréciés, parce que les gens avaient tendance à les comparer à d'autres vins. C'était sans doute avant que l'industrie ne mette au point une stratégie de commercialisation pour promouvoir le produit. Comme vous l'avez signalé, il faut beaucoup d'années pour bâtir une industrie.

Concernant la promotion des produits, vous avez dit que la qualité exceptionnelle de nos produits est, à bien des égards, reconnue de par le monde. Dans quelle mesure la commercialisation du produit devrait-elle être assurée par le gouvernement fédéral, ou encore faire l'objet d'un arrangement fédéral-provincial? Ou est-ce que cela aurait pour effet de compliquer les choses?

Nous avons un produit. Pouvez-vous nous dire comment nous pouvons en assurer la promotion, vraisemblablement avec l'aide de l'industrie, à l'échelle internationale? Nous avons réalisé des progrès importants. L'industrie américaine a, elle aussi, connu des moments difficiles avant de prendre son envol. Notre industrie est aujourd'hui florissante. Quels genres de partenariats permettraient d'aider l'industrie à solidifier ses assises au Canada — ce qui est important — et à bénéficier aussi d'une stratégie de commercialisation dynamique et solide à l'échelle internationale?

Sommes-nous prêts à nous lancer dans une telle initiative? Est-ce que le produit, vu sa qualité et la quantité qui est produite, est prêt à faire l'objet d'une telle promotion?

**M. Stewart:** Je le pense, oui.

Concernant l'aide sectorielle, il est difficile de convaincre les intervenants du milieu commercial international que l'industrie du vin va rapporter des dividendes importants, en raison de sa taille. Toutefois, ils ont tort de ne pas le croire. Pourquoi nos ambassades, quand je fais des démarches auprès d'elles, ne proposent-elles pas de promouvoir conjointement nos produits et ceux de l'industrie du boeuf, par exemple? Ou encore ceux de l'industrie du porc? Elles ne le font pas — elles adoptent une approche sectorielle, ce qui est une erreur.

L'industrie du vin fabrique un produit de luxe — ce n'est pas un produit de tous les jours — qu'elle doit commercialiser en tant que tel. Nous avons beaucoup appris au chapitre de la commercialisation et de la promotion; nous savons aussi ce qu'il faut faire pour attirer les consommateurs. Nous sommes prêts à partager cette information avec les autres groupes.

Nous pouvons participer à des foires commerciales au Japon dans le but de vendre d'autres produits, mais tout en mettant l'accent sur le vin. Nous pouvons organiser un rendez-vous avec ces autres groupes et leur montrer notre produit. Nous sommes prêts à le faire. Nous sommes prêts à collaborer. Les gros joueurs

come in and make the deals that are necessary to make this whole thing viable, but right now there is not that spirit of cooperation.

For example, we export into Japan and there was a program to try to get Canadian producers there. We wanted to do something, but we could not get a collaborative approach. They accepted us coming but they seemed hesitant. They wanted to rent us the space and said that they did not know if they could get the people out. We wondered if we should have even bothered. We were spending \$10,000 to send one of our company employees there. I was thinking that we have a crisis occurring among all these other food groups and that we should be going over there together to promote our products.

**Senator Fairbairn:** Have you been involved, in recent years, with some of the trade missions that have gone to various places in the world?

**Mr. Stewart:** Yes. In 1997, we went to Expo in Asia and we did four cities and it was done in that format. We had chefs from Fairmont Hotels come along and the results were unbelievable. When you walked in that room, you knew you were coming into Canada. There were cheeses from all over the place, wild salmon — all kinds of things. It was a huge, huge event. People were coming in and telling us that they did not know that Canada had such phenomenal products or that we had such phenomenal chefs.

**Senator Fairbairn:** Mr. Chairman, this is a relatively young industry in terms of its outreach. It would seem that in very rough times — as we have had in the beef industry in the past year — this is an opportunity, through this adversity, to try to take some initiatives that would push the product that you obviously have raised to a level where it would be internationally appreciated. We should look into that.

To what degree were the vineyards in British Columbia challenged and, indeed, hurt by the fires over this past summer — and may there be no more this summer?

**Mr. Stewart:** The fires affected about 3 to 5 per cent of the crop. The damage occurred mainly in the Kelowna area. It was the smoke taint that affected the wine — it then could not be processed. There is not really any insurance for that type of disaster, so such an event can be devastating. It was specific to three producers. In their case, it was 60 per cent of their production — in one grower's case it was 100 per cent. In the individual cases, it was very substantial; as an industry, the damage was 3 per cent to 5 per cent over all.

**Senator Fairbairn:** In that case, though, was this included in any of the emergency support that would come through the mechanism of the federal government?

**Mr. Stewart:** I believe they are looking into that right now, but I do not think anything has been confirmed at this point. I can get back to you on that.

du secteur agricole canadien peuvent ensuite conclure des ententes qui assureront la viabilité de l'entreprise, sauf qu'à l'heure actuelle, cet esprit de collaboration n'existe pas.

Par exemple, nous exportons nos produits au Japon. Une invitation avait été lancée aux producteurs canadiens pour qu'ils aillent faire la promotion de leurs produits là-bas. Nous voulions participer, sauf que personne n'était prêt à collaborer avec nous. Ils ont bien voulu qu'on les accompagne, mais ont semblé hésitants. Ils nous ont loué un espace, et nous ont dit qu'ils ne savaient pas s'ils seraient en mesure d'attirer les visiteurs. Nous nous sommes demandés si tout cela valait la peine. Nous avons déboursé 10 000 \$ pour envoyer un de nos employés là-bas. Je me suis dit qu'une crise frappait tous ces autres secteurs alimentaires et que nous devions les aider à assurer la promotion de nos produits.

**Le sénateur Fairbairn:** Avez-vous participé, ces dernières années, à certaines des foires commerciales qui ont été organisées dans divers pays?

**M. Stewart:** Oui. En 1997, nous avons participé à une foire en Asie. Nous avons visité quatre villes. Nous étions accompagnés de chefs de la chaîne d'hôtels Fairmont et nous avons obtenu des résultats incroyables. Quand on entrait dans une salle, on savait qu'on arrivait au Canada. Il y avait des fromages de toutes les régions, du saumon sauvage — divers produits. C'était un très gros événement. Les gens venaient nous voir, nous disaient qu'ils ne savaient pas que le Canada avait des produits ou des chefs aussi exceptionnels.

**Le sénateur Fairbairn:** Monsieur le président, l'industrie est encore relativement jeune. Il me semble que, lorsqu'elle traverse des moments difficiles — comme cela a été le cas pour l'industrie du boeuf au cours de la dernière année — nous devrions essayer de prendre des initiatives pour faire la promotion d'un produit qui, grâce à vos efforts, est recherché à l'échelle internationale. C'est quelque chose que nous devrions examiner.

Dans quelle mesure les vignobles de la Colombie-Britannique ont-ils été endommagés par les feux de l'été dernier — et espérons qu'il n'y en ait pas cette année?

**M. Stewart:** Les feux ont détruit entre 3 et 5 p. 100 de la récolte. C'est la région de Kelowna qui a le plus souffert. La fumée a endommagé les vignes — elles ne pouvaient pas être utilisées. Il n'y a pas vraiment d'assurances qui protègent contre ce genre de catastrophe, de sorte qu'un incendie peut être dévastateur. Trois producteurs en particulier ont été touchés. Dans leur cas, 60 p. 100 de leur production a été détruite — dans un cas, la totalité de la récolte l'a été. Pris individuellement, les dommages ont été énormes. Pour ce qui est l'ensemble de l'industrie, c'est entre 3 et 5 p. 100 de la production viticole qui a été endommagée.

**Le sénateur Fairbairn:** Avez-vous pu bénéficier d'une aide d'urgence dans le cadre des programmes mis sur pied par le gouvernement fédéral?

**M. Stewart:** Ils sont en train d'examiner la chose. Mais je pense que rien n'a encore été confirmé. Je vais me renseigner.

**Senator Fairbairn:** I would like to know that.

**Senator Callbeck:** I wanted to ask you about the minimum standards set by the VQA. They just exist now in Ontario and British Columbia, is that right?

**Mr. Stewart:** That is correct.

**Senator Callbeck:** I think you said there are 82 wineries across Canada.

**Mr. Stewart:** There are 250 across Canada, 82 in British Columbia.

**Senator Callbeck:** How many would meet those standards?

**Mr. Stewart:** I would say that 90 to 95 per cent of them would be in the VQA standard. Of their production, though, it would be considerably less. As I pointed out, in B.C., where 49 per cent of the wines produced by Canadian wineries, only 14 per cent are actually 100 per cent VQA wine.

**Senator Callbeck:** Do you want the excise duty eliminated only on the VQA wine or on all wines?

**Mr. Stewart:** It is on 100 per cent Canadian wine. I would make the recommendation on the basis of a quality standard, and VQA would be the standard that I would attach it to.

However, the position of the Canadian Vintners Association is it is 100 per cent Canadian wine content. The reason it may not be VQA is not because of quality, but maybe because it does not conform to some of the packaging standards within VQA.

For our winery, we only produce 100 per cent VQA product. We do not sell anything but that. Our goal is to produce substantially higher than that. If you look at the standards around the world, very few have a tasting panel attached to them and ours does. There is a lot of debate as to whether or not that is warranted, but that process raises the standard. It is a fairly effective system.

**Senator Callbeck:** Is the industry itself responsible for the enforcement?

**Mr. Stewart:** The responsibility is shared between the provinces and the provincial wine authority. In British Columbia, it is the British Columbia Wine Institute. In Ontario, it is Ontario VQA. However, we are in the process of developing national standards now. It would follow under the Canada Agricultural Products Standards, CAPS, Act as a federal standard. We hope to clear through that this year, although there have been some obstacles.

**Senator Callbeck:** Right now, if you have a winery in a province and you want to sell to another province, you have to have both a provincial licence and a federal licence, do you?

**Le sénateur Fairbairn:** J'aimerais bien le savoir.

**Le sénateur Callbeck:** J'aimerais vous poser une question au sujet des normes minimales de VQA. Elles sont appliquées en Ontario et en Colombie-Britannique, n'est-ce pas?

**M. Stewart:** Oui.

**Le sénateur Callbeck:** Vous avez dit qu'il y avait 82 établissements vinicoles au Canada.

**M. Stewart:** Il y en a 250 au Canada, dont 82 en Colombie-Britannique.

**Le sénateur Callbeck:** Combien d'établissements respectent ces normes?

**M. Stewart:** Entre 90 et 95 p. 100 des établissements respectent la norme VQA. Le pourcentage est beaucoup moins élevé côté production. Comme je l'ai mentionné, en Colombie-Britannique, 49 p. 100 des vins sont produits par des établissements vinicoles canadiens. Seulement 14 p. 100 d'entre eux respectent entièrement la norme VQA.

**Le sénateur Callbeck:** Est-ce vous souhaitez que seuls les droits d'accise qui s'appliquent aux vins respectant la norme VQA soient éliminés, ou que les droits s'appliquant à tous les vins le soient?

**M. Stewart:** Nous souhaitons que les droits d'accise qui s'appliquent à tous les vins produits au Canada soient éliminés. Je propose que ces vins soient soumis à une norme, c'est-à-dire la norme VQA.

La Canadian Vintners Association, elle, souhaite que les droits d'accise s'appliquant à tous les vins canadiens soient éliminés. Les vins ne respectent peut-être pas la norme VQA, non pas en raison de leur qualité, mais parce qu'ils ne remplissent pas certains critères d'emballage de la VQA.

Dans notre cas, nous ne produisons que des vins qui respectent la norme VQA. C'est tout ce que nous vendons. Nous voulons accroître notre production. Si vous jetez un coup d'oeil aux normes établies à l'échelle internationale, vous allez constater qu'il y en a très peu qui exigent que les vins fassent l'objet d'une analyse d'un comité d'experts-dégustateurs. C'est quelque chose que nous exigeons. Le bien-fondé de cette exigence fait l'objet de nombreuses discussions, mais ce processus rehausse la norme. Le système est assez efficace.

**Le sénateur Callbeck:** Est-ce l'industrie elle-même qui en assure l'application?

**M. Stewart:** Cette responsabilité relève à la fois des provinces et des régies provinciales. En Colombie-Britannique, c'est le British Columbia Wine Institute qui s'en occupe, et en Ontario, la VQA Ontario. Toutefois, nous sommes en train d'élaborer des normes nationales qui serviraient de base à une norme fédérale qui, elle, relèverait de la Loi sur les produits agricoles au Canada. Nous espérons régler la question cette année, bien qu'il y ait des obstacles.

**Le sénateur Callbeck:** L'établissement vinicole qui veut vendre son produit dans une autre province doit avoir une licence provinciale et une licence fédérale, n'est-ce pas?

**Mr. Stewart:** No, you have a provincial licence. Under the proposed new structure, if you want to sell to another province, you will have to be registered with Canadian Food Inspection Agency, CFIA, to sell into the other provinces.

**Senator Callbeck:** You said that imports represent approximately 66 per cent of the domestic market. Ideally, what should be the domestic market share of Canadian wineries?

**Mr. Stewart:** We are limited in our land base, but B.C. is one of the highest levels at 49 per cent Canadian domestic product, that should be a minimum objective we have for the country. However, as I say, in Ontario and Quebec, it is substantially lower than that. I would like to say that at least 50 per cent would be a good objective, and there is no reason why it cannot be done. The larger companies such as Vincor and André's are doing a lot of aggressive marketing work on that.

**Senator Mercer:** I had the pleasure last year of visiting a number of wineries on Vancouver Island, which are mainly small and new and are growing. As a senator from Nova Scotia, I need to remind you that there are wineries in Nova Scotia, as well as in Quebec. It is not just Ontario and British Columbia in this business, and we hope to grow bigger.

I am excited by your mention, in response to Senator Fairbairn's question, of blending the sale of wine with the sale of other products internationally. It seems to me the national organization is a natural to travel on any further Team Canada trips or whatever they might be called in the future. It seems to me that combining with beef and fish and other products, you could showcase Canadian products from the appetizer to the dessert wine.

My frustration as a consumer of wine is the availability of British Columbia wine in Ontario. It is very limited here and it is almost nonexistent in Nova Scotia and that is an issue I would like to address. However, I am more concerned about the price of wine. When British Columbia or Canadian wine in general is available in Ontario, it is fairly competitive in price. However, when you move to Nova Scotia it is not competitive. The price of wine, period, is expensive.

**The Chairman:** There are transportation costs.

**Senator Mercer:** There is that but there is also the taxation part. If we were to remove the excise duty my concern is that our provincial colleagues would quickly move in and fill the gap. If the price of a bottle of wine were to drop, say, a dollar because we remove the excise tax, then the provincial sales tax on wine and alcohol would quickly move up to cover that.

**M. Stewart:** Non, il doit avoir une licence provinciale. En vertu de la nouvelle structure qui est proposée, si vous voulez vendre votre produit dans une autre province, vous devez d'abord vous enregistrer auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

**Le sénateur Callbeck:** Vous avez dit que les importations représentent près de 66 p. 100 du marché national. Idéalement, quelle part du marché national les établissements vinicoles canadiens devraient-ils détenir?

**M. Stewart:** Notre territoire est limité, mais la Colombie-Britannique détient une des plus grandes parts du marché, soit 49 p. 100. C'est l'objectif minimal qui devrait être fixé pour l'ensemble du pays. Toutefois, comme je l'ai mentionné, ce pourcentage est nettement inférieur en Ontario et au Québec. L'objectif devrait être d'au moins 50 p. 100, et rien ne nous empêche de l'atteindre. Les établissements plus grands comme Vincor et André's ont entrepris une campagne de commercialisation très dynamique en vue d'accroître leur part de marché.

**Le sénateur Mercer:** J'ai eu l'occasion, l'an dernier, de visiter plusieurs établissements vinicoles sur l'île de Vancouver. Il s'agit d'établissements petits et nouveaux qui connaissent un essor. En tant que sénateur de la Nouvelle-Écosse, je tiens à vous rappeler qu'il y a également des établissements vinicoles en Nouvelle-Écosse et au Québec. Ils ne se trouvent pas uniquement en Ontario et en Colombie-Britannique. Nous espérons que ce secteur va prendre de l'ampleur.

Vous avez dit, en réponse à une question du sénateur Fairbairn, qu'il faut promouvoir conjointement et les vins et les autres produits à l'échelle internationale. Il me semble que l'association nationale devrait faire partie des voyages qu'entreprendra Équipe Canada, ou peu importe le nom qu'on lui donnera à l'avenir. Il me semble qu'en alliant vos efforts à ceux de l'industrie du boeuf et du poisson, par exemple, vous pourriez faire la promotion des produits canadiens, depuis les hors d'oeuvre jusqu'aux vins de dessert.

Ce qui me frustre, en tant que consommateur, c'est qu'on trouve peu de vins de la Colombie-Britannique en Ontario. Ils sont plutôt rares ici, et quasi inexistantes en Nouvelle-Écosse. C'est une question que j'aimerais examiner. Toutefois, ce qui me préoccupe davantage, c'est le prix du vin. Les vins de la Colombie-Britannique, ou les vins canadiens en général, se vendent à des prix assez compétitifs en Ontario. Toutefois, ce n'est pas du tout le cas en Nouvelle-Écosse. Le vin, là-bas, coûte très cher.

**Le président:** Il faut aussi tenir compte du transport.

**Le sénateur Mercier:** C'est vrai, mais les droits y sont aussi pour quelque chose. Si les droits d'accise étaient éliminés, nos collègues provinciaux s'empresseraient de trouver un moyen de combler l'écart. Si le prix d'une bouteille de vin était réduit, disons, d'un dollar par suite de l'élimination de la taxe d'accise, ils augmenteraient rapidement les taxes de vente provinciales sur le vin et l'alcool pour combler l'écart.

That is not something you may be able to answer, but have you addressed that in your presentations before? I think it is a very real issue. If we are going to do this, like all other actions of government assisting people in agriculture, we want to make sure it gets to the people who need help and need our assistance. That is the case of the wineries.

My next question is, you talked about R&D, and I think this is an exciting part of what we can do —

**The Chairman:** You have asked four or five questions in the first part of your question. I will not cut you off but I want to give the witness a chance to answer.

**Mr. Stewart:** I understand your frustration with trying to find the products across Canada. We share that frustration. I once had a dream that we would have our limited-release Chardonnay and Pinot Noir in every liquor store across Canada readily available for any consumer. Six years later I am still trying to do it and not having much luck. There is a lot of pressure on the system we have in place, and we have to look at this system to address the availability issue.

Alberta decided to move from a monopoly-based system to a flat-tax model. That allowed them to have many more listings. Therefore, they went from having 2,500 products to having over 10,000 in about two years. As a consumer you could walk in and say, I love these wines from Nova Scotia. Can you get them in? The wine store would just call the winery and place the order.

Unfortunately, in the monopoly system the number of listings is suppressed because they have so many stores they are trying to run. They are trying to be efficient in that model. They cannot open the door and have every store have different products. They have to have a homogeneous system of stocking core products. In that very model, the small producer — and Canadian producers are all small, with the exception of three or four companies — cannot be viable, because they say we would like to have you in all our stores but the minimum quantity you need is 6,000 cases. That might be the entire production of one of our products. I am not going to sell it all to one market so I have to limit it. That is unfortunately a problem with the monopoly system.

Unless we make a recommendation that we do not need a monopoly system I do not see how to get around that, other than the provinces being encouraged to offer a speculative listing program such as those that exist in Ontario and Manitoba. We just got our first listing in Nova Scotia so it has changed.

With respect to excise tax, the changes that were made in the Excise Tax Act review, while they benefited large producers in the way in which they managed their cash flow and paid the tax, the unfortunately and inadvertently penalized small producers. They put in place a more rigorous auditing procedure for small producers, which ultimately raised the cost of business because

Vous n'êtes peut-être pas en mesure de répondre à la question, mais avez-vous déjà abordé le sujet dans vos autres exposés? Il s'agit d'un problème très réel. Si nous voulons prêter main-forte à l'industrie, nous devons nous assurer, et c'est ce que nous faisons dans le cas des agriculteurs, que ce sont les personnes dans le besoin qui reçoivent notre aide. Voilà pour les établissements vinicoles.

Ma deuxième question est la suivante. Vous avez parlé des activités de R et D. C'est là un sujet intéressant que nous devons...

**Le président:** Vous avez abordé quatre ou cinq points dans votre première question. Je ne veux pas vous interrompre, mais je veux que le témoin ait l'occasion de répondre.

**M. Stewart:** Vous dites que vous avez de la difficulté à trouver des produits qui viennent d'autres régions du Canada. Je comprends votre frustration, puisque nous ressentons la même chose. Je pensais être en mesure, un jour, de vendre du Chardonnay et du Pinot Noir, dont la production est limitée, dans toutes les régions du Canada. Six ans plus tard, j'y travaille toujours. Le système en place est soumis à toutes sortes de pressions. Nous devons toutefois trouver un moyen de régler le problème de disponibilité.

L'Alberta a décidé de délaissier le système monopolistique au profit d'un impôt uniforme, ce qui lui a permis d'accroître le nombre d'inscriptions au catalogue. En deux ans environ, elle est passée de 2 500 produits à plus de 10 000. Le consommateur n'a qu'à dire, j'aime les vins de la Nouvelle-Écosse. Pouvez-vous en obtenir? Le magasin de vins communique avec l'établissement vinicole et passe une commande.

Malheureusement, les inscriptions au catalogue dans un système monopolistique sont limitées, puisque le nombre de magasins exploités est très élevé. Ils essaient de faire preuve d'efficacité. Les magasins ne peuvent pas tous vendre des produits différents. Ils doivent avoir un système homogène et stocker des produits de base. Par conséquent, le petit producteur — et presque tous les établissements canadiens sont petits, sauf trois ou quatre — ne peut être viable, parce qu'ils lui disent qu'ils aimeraient pouvoir vendre son produit dans tous les magasins, mais qu'ils doivent se limiter à 6 000 caisses. Cela peut représenter la production totale de l'un de nos établissements. Comme je ne peux écouler mon produit sur un seul marché, je dois en limiter la vente. C'est, malheureusement, le problème que pose le système monopolistique.

Or, si nous ne recommandons pas l'abolition de ce système, il sera difficile de contourner ce problème. Nous pourrions, par ailleurs, encourager les provinces à établir un catalogue comme celui que l'on trouve en Ontario et au Manitoba. En fait, nous venons tout juste d'en établir un en Nouvelle-Écosse, signe que les choses sont en train de changer.

Pour ce qui est de la taxe d'accise, les changements apportés à la Loi sur la taxe d'accise ont peut-être eu pour effet de simplifier la façon dont les grands producteurs gèrent leurs entrées de fonds et paient la taxe, mais ils ont malheureusement, et de façon indirecte, pénalisé les petits producteurs. Ces derniers sont maintenant astreints à un procédé de vérification beaucoup plus



the taxes applied were production-based as opposed to sales-based. The taxes paid in most instances by the winery itself — it is only when you ship to a liquor board that you do not submit the excise — may be where the provinces do not want to refund that but I think on the other sales that the province would not have the mechanism to draw that money back to them.

**Senator Mercer:** You mentioned earlier that as a resident of Nova Scotia that I could not order a wine from your winery and have it delivered to me. I would have to go through the liquor board, whereas in British Columbia someone can order directly from you?

**Mr. Stewart:** Yes.

**Senator Mercer:** I visited the Web site of a winery in British Columbia in preparation for tonight. I thought I might order a case of wine tomorrow but I will save myself the time and not bother.

**Mr. Stewart:** In that instance there is a debate. If I phone a winery and have it shipped at my own expense, am I actually completing the sale in British Columbia or in the province I am phoning from? That is a legal matter, but I know a number of wineries will ship that way, but I doubt they could do it in any large volume.

**Senator Mercer:** You mentioned R&D. I think that the Government of Canada has some capacity in research and development, in agriculture. You also mentioned the industry, and you talked about the creation of endowments to support it.

What have industry participants themselves contributed to R&D and have they established any central body for R&D or is research just taking place on individual wineries?

The second aspect of that question is, can that research be regionalized? As a senator from Nova Scotia I think of the Agricultural Research Station in Kentville, which is conducting good research in other matters. Can they do research on grapes that can grow a better quality grape in the regions, and can that be across the country, because we have research stations in Quebec where there is a much newer wine industry and a very large market?

**Mr. Stewart:** I can only speak on behalf of British Columbia with respect to what we contribute for R&D. We voluntarily assess our members at \$10 a metric ton on the winery and \$10 a metric ton on the grower, which leads to approximately \$400,000 revenue each year for research and development.

That was doubled at our last annual general meeting. That is not matched-funding. It is money that we put in. We have partnered with some federal programs. I had the opportunity two weeks ago to speak with the people at the station in Summerland in the Okanagan Valley. When they are looking at certain

rigoureux, procédé qui contribue à accroître leurs dépenses parce que les taxes sont établies en fonction de la production et non des ventes. Les taxes sont versées dans la plupart des cas par l'établissement vinicole lui-même — vous ne payez pas de taxes quand vous livrez votre produit à une régie — parce que les provinces ne veulent pas accorder de remboursement. Toutefois, dans le cas des autres produits, la province n'a pas la possibilité de prélever cette taxe.

**Le sénateur Mercer:** Vous avez dit, plus tôt, qu'en tant que résident de la Nouvelle-Écosse, je ne peux commander du vin de votre établissement vinicole. Il faut que je passe par la régie des alcools. En Colombie-Britannique, on peut passer une commande directement auprès de l'établissement, est-ce exact?

**M. Stewart:** Oui.

**Le sénateur Mercer:** J'ai visité le site Web d'une vinerie de la Colombie-Britannique en vue de notre rencontre de ce soir. J'ai songé à commander une caisse de vin demain, mais je ne vais pas perdre mon temps et je vais laisser tomber.

**M. Stewart:** Cette question fait l'objet d'un débat. Si j'appelle une vinerie et je fais livrer la marchandise à mes frais, la vente est-elle réalisée en Colombie-Britannique ou dans la province d'où j'appelle? Il s'agit d'une question d'ordre juridique, mais je sais qu'un certain nombre de vineries expédient leurs marchandises de cette façon, mais je doute qu'elles puissent le faire en grande quantité.

**Le sénateur Mercer:** Vous avez parlé de R et D. Je crois que le gouvernement du Canada a une certaine capacité de R et D dans le domaine de l'agriculture. Vous avez également mentionné l'industrie et vous avez parlé de la mise sur pied de fonds de dotation qui pourraient soutenir ce secteur.

Dans quelle mesure les membres de l'industrie eux-mêmes ont-ils contribué à la R et D, et ont-ils établi un organisme central voué à la R et D, ou la recherche est-elle menée uniquement dans des vineries individuelles?

Le deuxième aspect de cette question est le suivant: la recherche peut-elle être régionalisée? Étant sénateur de la Nouvelle-Écosse, je pense à la station de recherche agricole de Kentville, qui mène d'excellents travaux de recherche dans d'autres domaines. Peut-on y faire des recherches sur les vignes qui pourraient produire un raisin de meilleure qualité dans les régions, et cette recherche pourrait-elle être menée partout au pays, puisque nous avons des stations de recherche aussi au Québec, où se trouvent une industrie vinicole beaucoup plus jeune et un très vaste marché?

**M. Stewart:** Concernant la contribution à la R et D, je ne peux parler que de la Colombie-Britannique. Nos membres cotisent volontairement 10 \$ la tonne métrique au niveau de la vinerie et 10 \$ la tonne métrique au niveau du producteur, ce qui donne une contribution annuelle d'environ 400 000 \$ à la R et D.

Nous avons doublé cette contribution lors de notre dernière assemblée générale annuelle. Ce n'est pas un financement jumelé, mais bien l'argent que nous injectons. Nous nous sommes associés à certains programmes fédéraux. Il y a deux semaines, j'ai eu l'occasion de m'entretenir avec des représentants de la station de

research and development projects for viticulture, some may need a longer period of time and it is difficult to establish funding that may have to stretch a six- or seven-year plan.

We were hoping to establish a consistent amount that is available on a year-by-year basis, which is matched with industry and used to fund these long-term R&D projects.

We have a program right now in British Columbia where we have mapped every vineyard block in the valley using GIS. We have lists of the soil types and watering programs and have started to collect data at every vineyard site. This is proprietary technology where they attribute awards and results of the wines back to those blocks. If successful, this can then be marketed to Napa or Tuscany or other regions. There is a pay back in these programs as well.

The other issue was with respect to regional R&D programs. I believe it has to be regional because site-specific issues vary between Nova Scotia, Quebec, Ontario, British Columbia and Vancouver Island. Research needs to be done in the broader sense of regional climactic areas.

**Senator Mercer:** Recently we have been studying BSE and the terrible effect it has had and continues to have on the beef industry. You mentioned the Asian ladybug. I always get nervous when I hear people tell me about something that could be a major risk to an industry. As you know, in your home province all the chickens are being killed as we speak. How risky is the Asian ladybug? What is the threat, and how devastating could it be to the industry?

**Mr. Stewart:** My understanding is that we saw the full devastation in the 2001 vintage. I do not know all the specifics of it, but I do not think Ontario is anticipating that phenomenon will be another major issue, although they are very aware of it.

This is an industry that had a problem that affected the image of VQA wine. However, VQA is the standard, and secondly and more importantly, it is the brand. Consumers quickly established which brands did not take the proper measures to deal with the problem. Wineries said, "Our products are gone, and that wine is not up to the level on which we pride ourselves. We will not produce it." The consumer says, "I will buy from that winery because they had a crisis and they dealt with it properly."

The beef industry could not do that because it was not product specific. One bad apple, and boom, it hits everyone because there is not enough of a segregation between, say, Black Angus or Sterling or these other products. They need rigid separation between them so you can say, "No, this is totally separate."

**Senator Ringuette:** I must say that I am very impressed with the growth that has happened in B.C. with your winery.

Summerland, dans la vallée de l'Okanagan. Lorsqu'ils examinent des projets de R et D en viticulture, ils savent que certains prennent plus de temps, et il est difficile d'établir un financement qui s'échelonne sur six ou sept ans.

Nous espérons mettre sur pied un fonds stable qui serait disponible d'année en année, qui serait jumelé avec l'industrie et qui servirait à financer ces projets à long terme de R et D.

Un programme est en cours en Colombie-Britannique, dans le cadre duquel nous avons cartographié chaque parcelle de vignoble dans la vallée en utilisant le SIG. Nous avons la liste des types de sol et des programmes d'arrosage et nous avons commencé à recueillir des données à chaque emplacement. Il s'agit d'une technologie exclusive qui permet d'attribuer des prix à ces parcelles en fonction des vins produits. Si les résultats sont concluants, cette technologie peut alors être vendue dans la région de Napa, en Toscane ou ailleurs. Ces programmes rapportent également.

L'autre question portait sur les programmes régionaux de R et D. Je crois que ces programmes doivent être menés à l'échelle régionale, parce que les conditions sont différentes en Nouvelle-Écosse, au Québec, en Ontario, en Colombie-Britannique et sur l'île de Vancouver. La recherche doit être menée de manière à tenir compte des zones climatiques régionales.

**Le sénateur Mercer:** Depuis un certain temps, nous nous penchons sur l'ESB et les graves conséquences que cette maladie a eues et continue d'avoir sur l'industrie du boeuf. Vous avez parlé de la coccinelle asiatique. Je m'inquiète toujours lorsque j'entends parler de choses qui pourraient nuire considérablement à un secteur en particulier. Comme vous le savez, tous les poulets sont abattus en Colombie-Britannique à l'heure actuelle. Quels sont les risques associés à la coccinelle asiatique? Quelle est la menace et dans quelle mesure cet insecte peut-il nuire à l'industrie?

**M. Stewart:** Je crois comprendre que la récolte de 2001 a été dévastée. Je ne connais pas tous les détails, mais je ne crois pas que l'Ontario prévoit que ce phénomène se reproduira, même si le problème est bien connu.

Ce secteur a eu un problème qui a terni l'image des vins VQA. Toutefois, VQA est la norme et, ce qui est encore plus important, c'est la marque. Les consommateurs ont rapidement déterminé quels fabricants n'avaient pas pris les mesures appropriées pour contrer le problème. Les vineries ont dit «Nos produits sont perdus, et ce vin n'est pas à la hauteur de ce qui fait notre fierté. Nous ne le produirons pas». Le consommateur dit «Je vais acheter les produits de cette vinerie parce qu'elle a connu une crise et qu'elle a su la surmonter».

L'industrie du boeuf ne pouvait pas agir ainsi parce qu'il n'y a pas de distinction entre les produits. Un seul problème surgit, et c'est tout le secteur qui écope parce qu'il n'y a pas de distinction entre Black Angus, Sterling ou d'autres produits. Il faut une démarcation rigoureuse pour qu'on sache qu'il s'agit de produits totalement différents.

**Le sénateur Ringuette:** Je dois dire que la croissance de votre vinerie en Colombie-Britannique m'impressionne beaucoup.

I must also indicate to you that I think Senator Mercer was on the right track. If we remove the excise taxes, the provinces will levy more taxes on alcohol products. It is a major source of revenue for them. The consumer would not probably see a decrease in the price of the product because I truly suspect that the province would move to capture a good portion, if not all, of that taxation ability. We have seen that in other sectors.

One indication is that the provinces are requesting that you register provincially. That should be a strong indication to you that that is coming, because it is a tax on the consumer product. If you have an order from Senator Mercer in Nova Scotia and you are not registered in Nova Scotia, the burden falls on Senator Mercer to pay the provincial sales tax on the wine. However, if you are registered provincially, the burden is on you to charge the provincial alcohol tax of Nova Scotia when you sell the product.

I am a promoter of Canadian wines, and I have been following the progress that Canadian wine has made as a result of Agriculture Canada and our government endorsing the quality of wine. Finally, after 30 years of effort, we have opened the door to France. That was a closed market and no Canadian wine could be shipped to France. All kinds of windows of opportunity have opened. I would suggest that this is because you have put your act together with VQA and niche markets and specialty wines like ice wines. The wine producers in Canada have done a tremendous job.

I am looking at your chart entitled "Improved Domestic Sales Help All Canadians" in which you compare VQA wines with imported wines. I can easily believe the economic value of the VQA wines. However, your 51-cent economic value on imported wine certainly does not include the excise tax and the provincial sales tax.

**Mr. Stewart:** That particular slide refers only to the economic component. This is net of tax. It is saying that of the consumer cost spent in a government store, about 60 per cent of that goes back to the supplier. Of that 60 per cent, \$4.16 stays in the country because of the labour for glass and growing the grapes and harvesting the fields. In the case of imports, the only thing staying in the country would be the commission to the sales agency and any promotional dollars spent here.

**Senator Ringuette:** How much does it cost you to belong or to get your VQA certification in one year? Is it on a per-bottle basis? How does that mechanism work?

**Mr. Stewart:** We pay a tonnage levy to the British Columbia Wine Institute, and currently it is running at \$70. If I grow a metric ton of grapes and I bring that into my winery, it is about \$70 a ton. We are about a 700-ton winery, so we are looking at \$50,000 a year, plus fees on top of that for things like the individual submissions, which are another \$50 per product. I have 23 products.

**The Chairman:** Does that include research?

**Mr. Stewart:** The R&D is included in the \$70 figure. It is a fairly expensive program that is industry supported.

Je dois dire également que le sénateur Mercer a raison. Si nous abolissons les taxes d'accise, les provinces prélèveront plus de taxes sur les produits alcoolisés. Il s'agit d'une importante source de revenu pour elles. Le consommateur ne verrait probablement pas les prix baisser, parce que je soupçonne que les provinces en profiteraient pour s'accaparer d'une bonne partie, voire de la totalité de cette capacité d'imposition. C'est ce qui s'est produit dans d'autres secteurs.

Les provinces demandent que les enregistrements se fassent au niveau provincial. Ceci est un indice de ce qui s'en vient, puisqu'il s'agit d'une taxe sur le produit de consommation. Si vous recevez une commande du sénateur Mercer en Nouvelle-Écosse et que vous n'êtes pas inscrit dans cette province, c'est au sénateur Mercer de payer la taxe de vente provinciale sur le vin. Toutefois, si vous êtes inscrit au niveau provincial, ce sera à vous de facturer la taxe sur l'alcool de la Nouvelle-Écosse lorsque vous vendez le produit.

Je suis un promoteur des vins canadiens et j'ai suivi les progrès réalisés depuis qu'Agriculture Canada et que notre gouvernement reconnaissent la qualité du vin canadien. Après 30 années d'effort, nous avons enfin réussi à ouvrir la porte de la France. Ce marché était fermé, et aucun vin canadien ne pouvait être expédié en France. Toutes sortes de possibilités sont maintenant offertes. Je dirais qu'on le doit au fait que vous vous êtes organisés pour créer le système VQA, des marchés à créneau et des vins spécialisés comme les vins de glace. Les producteurs de vin du Canada ont fait un excellent travail.

Je regarde le tableau intitulé «Improved Domestic Sales Help All Canadians» dans lequel vous comparez les vins VQA avec les vins importés. Je peux facilement croire que les vins VQA ont cette valeur économique. Toutefois, la valeur économique de 51 cents attribuée aux vins importés ne comprend sûrement pas la taxe d'accise et la taxe de vente provinciale.

**M. Stewart:** Cette diapositive ne porte que sur l'élément économique. Ce sont les données sans les taxes. Elles montrent que 60 p. 100 de l'argent dépensé dans un magasin du gouvernement retourne au fournisseur. De ce 60 p. 100, 4,16 \$ restent au pays à cause de la main-d'oeuvre qui fabrique le verre, qui cultive et qui récolte les raisins. Dans le cas des vins importés, tout ce qui reste au pays serait la commission de l'agence de vente et l'argent consacré à la promotion.

**Le sénateur Ringuette:** Combien votre accréditation VQA vous coûte-t-elle par année? Ces frais sont-ils calculés en fonction du nombre de bouteilles produites? Quel est le mécanisme en place?

**M. Stewart:** Nous payons un droit de tonnage au British Columbia Wine Institute, qui s'élève actuellement à 70 \$. Si je produis une tonne métrique de raisins que j'amène dans ma vinerie, c'est environ 70 \$ la tonne. La vinerie a une capacité d'environ 700 tonnes, alors nous parlons de 50 000 \$ par année, en plus de divers autres frais comme les soumissions individuelles, qui représentent 50 \$ de plus par produit. J'ai 23 produits.

**Le président:** La recherche est-elle incluse dans cette somme?

**M. Stewart:** La R et D est incluse dans les 70 \$. C'est un programme assez coûteux qui est soutenu par l'industrie.

The British Columbia government is saying that things are going great, so we will get rid of this and get rid of that program and start moving back. Our issue is that we have all made this huge investment in the production to ensure that we have enough product to do what we say we will do and we need many of these programs to raise the profile of a quality-producing product.

We have made our request concerning the excise tax as a result of the huge capital outlay attributed to starting a winery. The auto industry is considered one of the most capital-intensive businesses in the world, with a cost of about four dollars in capital and facility for every dollar in sales. The wine industry is five dollars for every one dollar in revenue. There is a huge investment at the front. As a result of the time lag, these small producers need a substantial amount of capital to make it through the process.

In the U.S., they developed it by saying that up to a certain level, we will provide this window. There is already an exemption up to \$50,000 in the Canadian Excise Tax Act, so it is already recognized as a viable solution to allowing small producers to go forward. We are suggesting that level be raised to be more consistent with the industry's size and the economics of a small winery.

**Senator Ringuette:** You mentioned earlier that you are working towards a national VQA standard. How would your VQA costs compare with the current Ontario VQA producers' costs?

**Mr. Stewart:** The Ontario system is actually more expensive. The only thing that you need to know about the Ontario system is that it was shared at the beginning by the province and worked through to be fully self-supporting. In British Columbia, that was not the case. It was 100 per cent industry supported throughout the whole process. We did not have the resources in British Columbia to reach the same levels that Ontario did. They have more staff available for the program and they have a higher level of inspection than we would have. We want to bring that into alignment through the national wine standard program but, again, that comes down to costs. If I am already spending \$50,000 or \$60,000 to be a member of the British Columbia Wine Institute today, I cannot afford to spend another \$70,000.

**Senator Ringuette:** I wish you the best of luck. I know that you have all the right ingredients to have much success.

**Senator Hubley:** Mr. Stewart, between 1990 and 2002, as illustrated in your presentation, B.C.'s grape and wine industry saw phenomenal growth. In some categories, it doubled and redoubled and maybe redoubled again.

Does the industry point to any specific circumstances or special conditions that have helped with this phenomenal growth?

Le gouvernement de la Colombie-Britannique affirme que les choses vont bien et qu'il peut donc se retirer de tel ou tel programme. Nous disons que nous avons tous investi énormément dans la production pour que nous ayons assez de raisins pour faire ce que nous avons dit que nous ferons, et nous avons besoin d'un bon nombre de ces programmes pour faire connaître un produit de qualité.

Nous avons présenté notre demande concernant la taxe d'accise à cause de l'importante mise de fonds nécessaire au démarrage d'une vinerie. On considère que l'industrie de l'automobile est l'un des secteurs les plus capitalistiques du monde, où il faut investir environ 4 \$ en immobilisations pour chaque dollar de vente. Dans l'industrie vinicole, c'est 5 \$ pour chaque dollar de revenu. C'est un investissement énorme au début. Comme il faut attendre longtemps avant que l'entreprise rapporte, les petits producteurs ont besoin d'un capital élevé pour subsister.

Aux États-Unis, on offre cette ouverture jusqu'à un certain niveau. La Loi sur la taxe d'accise du Canada prévoit déjà une exemption maximale de 50 000 \$. Il s'agit donc d'une solution viable déjà reconnue qui permet aux petits producteurs d'aller de l'avant. Nous demandons que ce niveau soit relevé pour tenir compte davantage de la taille du secteur et de la situation économique d'une petite vinerie.

**Le sénateur Ringuette:** Vous avez dit un peu plus tôt que vous vouliez instaurer une norme nationale VQA. Comment se compareraient vos coûts VQA aux coûts actuels des producteurs VQA de l'Ontario?

**M. Stewart:** Le système ontarien est plus coûteux. Ce qu'il faut savoir, c'est que la province a assumé une partie des coûts du système au début, jusqu'à ce que celui-ci devienne entièrement autonome. Ce n'est pas le cas en Colombie-Britannique, où le système a toujours été soutenu par l'industrie. Nous n'avions pas les ressources en Colombie-Britannique pour atteindre les mêmes niveaux que l'Ontario. L'Ontario a plus de personnel disponible pour le programme et a instauré un niveau d'inspection plus élevé. Nous voulons uniformiser les choses par le programme national de normalisation du vin mais, encore une fois, c'est une question de coûts. Si je paie déjà 50 000 \$ ou 60 000 \$ pour être membre du British Columbia Wine Institute, je ne peux me permettre de dépenser 70 000 \$ de plus.

**Le sénateur Ringuette:** Je vous souhaite la meilleure des chances. Vous avez certainement tous les ingrédients nécessaires pour réussir.

**Le sénateur Hubley:** Monsieur Stewart, entre 1990 et 2002, comme on l'a vu dans votre exposé, le secteur vitivinicole de la Colombie-Britannique a connu une croissance phénoménale. Dans certaines catégories, les chiffres ont doublé et quadruplé.

L'industrie attribue-t-elle cette croissance phénoménale à des circonstances ou des conditions spéciales?

**Mr. Stewart:** I will share with you our own family story. My father grew up in the nursery business and purchased the land that we have our vineyard on in 1956. We grew grapes in the 1960s and 1970s for a number of commercial wineries.

Leading up to free trade, it was increasingly difficult to be a viable operation, because it was all about producing for a lower cost. We had apples and other soft fruits at the time. The pressure was the same everywhere: we had to have lower costs and come up in under this threshold. It reached the point where we were losing money every year. For 10 years we lost money. If it were not for my father's other business, we would not have been viable or here today to tell you what we are doing.

When we got into the wine business, we took charge of our destiny. We met with our customers and talked to them about what we were selling. In the other model, where we sold to commercial wineries under a great marketing board, and we sold apples under the existing system that is in place today, we brought our fruit in and were paid whatever was left over — that might have been half of what it cost to grow it. In this other model, we go to the marketplace, understand what the pricing is, come back and determine whether or not we can meet it.

In 1989, we started the winery annual payroll at Quail's Gate. We had two full-time employees and some part-time workers and an annual payroll of about \$200,000. We anticipate that our payroll this year will be more than \$2 million. The economic impact to our community in less than 15 years is huge. We are still using the land for the same purpose. We have changed what we are doing with it.

**The Chairman:** You are adding value. Instead of selling grapes, you are selling a product made with the crop.

**Mr. Stewart:** Absolutely. I meet with my customers in Japan. I meet with restaurateurs in Toronto. They tell me if our wines are too expensive and there is no way they will be able to sell them there. Then I go back and readjust our model. If I cannot do it, I know I will not be around very long. It is very important to be able to do that.

**Senator Hubley:** It is nice to get a first-hand view of the industry.

My second question has to do with value-added. Almost 50 per cent of the revenue that is generated within the industry is from tourism. Tourism goes hand-in-hand with the industry. How wonderful and lucky you are to have that. Will the tourism component continually increase as you expand the industry?

**Mr. Stewart:** I believe it will. Ontario has seen this. However, Ontario has a number of products. I have spoken with Hans Jost in Nova Scotia and others. There is a growing interest among the consumers to learn about wine; they love it. When they are out

**M. Stewart:** Je vais vous raconter l'histoire de ma famille. Mon père a passé son enfance dans une pépinière et a acheté la terre où se trouve notre vignoble en 1956. Nous avons produit des raisins dans les années 60 et 70 pour un certain nombre de vineries commerciales.

Avant le libre-échange, c'était de plus en plus difficile d'être rentable, parce qu'il fallait avant tout produire à un moindre coût. Nous produisions des pommes et d'autres fruits fragiles à cette époque. La pression était partout la même: il fallait avoir des coûts plus bas et ne pas dépasser un certain seuil. Nous étions rendus au point où nous perdions de l'argent chaque année. Nous avons perdu de l'argent pendant dix ans. N'eût été des autres revenus de mon père, nous n'aurions pas survécu et nous ne serions pas ici aujourd'hui pour vous dire ce que nous faisons.

Lorsque nous nous sommes lancés dans la fabrication du vin, nous avons pris notre destin en main. Nous avons rencontré nos clients et nous leur avons dit ce que nous vendions. Dans l'autre modèle, où nous vendions nos produits à des vineries commerciales par une agence de commercialisation et où nous vendions nos pommes dans le cadre du système qui est en place aujourd'hui, nous apportions nos fruits et nous recevions l'argent qui restait, ce qui pouvait correspondre à la moitié des coûts de production. Dans cet autre modèle, nous allons au marché, nous comprenons l'établissement des prix, nous revenons et nous déterminons si nous sommes dans le coup.

En 1989, nous avons commencé à tenir le journal de paie annuel de Quail's Gate. Nous avions deux employés à temps plein et quelques travailleurs à temps partiel, pour une masse salariale annuelle d'environ 200 000 \$. Cette année, nous prévoyons que les salaires seront de plus de 2 millions de dollars. Les retombées économiques qui ont rejailli sur notre collectivité en moins de 15 ans sont énormes. Nous utilisons toujours la terre dans le même but. Nous avons simplement changé ce que nous y faisons.

**Le président:** Vous ajoutez une valeur. Au lieu de vendre les raisins, vous vendez le produit que vous tirez de votre récolte.

**M. Stewart:** Absolument. Je rencontre mes clients au Japon. Je rencontre des restaurateurs à Toronto. Ils me disent si nos vins sont trop chers et s'ils ne peuvent les vendre à ce prix. J'ajuste alors notre modèle. Si je ne peux pas le faire, je sais que je ne pourrai pas continuer bien longtemps. C'est très important de pouvoir agir ainsi.

**Le sénateur Hubley:** C'est bien d'obtenir des renseignements de première main sur ce secteur.

Ma deuxième question porte sur la valeur ajoutée. Près de 50 p. 100 des recettes générées par le secteur sont attribuables au tourisme. Le tourisme va de pair avec l'industrie. C'est merveilleux, et vous en êtes bien chanceux. L'élément tourisme continuera-t-il d'augmenter à mesure que le secteur prend de l'ampleur?

**M. Stewart:** Je crois que oui. C'est ce qui s'est produit en Ontario. Toutefois, l'Ontario a un certain nombre de produits. Je me suis entretenu avec Hans Jost en Nouvelle-Écosse et d'autres. Les consommateurs veulent en savoir de plus en plus sur le vin; ils

looking at wine, they also want to learn about lavender jelly and new salad dressings made by someone else. It is like foraging for treasures.

Our company looked at the business we are in. We came down to being in two businesses; the first is being the producer of a value-added product, which has to sell in a retail market, which has monopolies and three-tiered systems in the U.S., which has department stores in Japan. The second is that we are a customer-destination tourist facility. It is all about wine, but we can piggyback so much on that wine.

We run a restaurant that is only open in the summertime. You can come and have wild B.C. salmon, scallops brought in from Nova Scotia or beef from Alberta. You can try these dishes and we talk about them. We say that a certain wine will go well with a meal. It works in our restaurant; it has to work elsewhere.

**Senator Hubley:** This is a conscientious part of the industry for you to develop the tourism side. If you are running a restaurant, you have made a fairly substantial investment in that part of your business; is that correct?

**Mr. Stewart:** Absolutely.

**Senator Hubley:** I would think most wineries have; is that correct?

**Mr. Stewart:** Yes. In dealing with the suppliers to that restaurant, you quickly learn who has been successful. That is why I brought the example of the cherry producers. We have been talking about them. We tried a dessert item on the menu last year with these cherries. They are engaging us and asking us to do things. Whereas, I find that other sectors of the agriculture community have been down in the dumps so long that they do not think it will work and they do not want to talk about these things.

We need to get all the successful businesses together and start nurturing them. We will have to rebuild the beef industry. With a team effort, we can work to develop a great sharing of ideas for each sector.

**Senator Hubley:** Where does the Canadian consumption of wine stand on a global scale?

**Mr. Stewart:** That is probably the most important thing that the committee can recommend: Canadians must drink more wine.

**The Chairman:** More wine produced in British Columbia.

**Senator Hubley:** We could probably set the example.

**Senator Mercer:** I am doing my part.

**Mr. Stewart:** We would like to get up to half of what they do in Italy. Consumption in Quebec is the highest; British Columbia is the second highest. The number per capita in Quebec is about 15 litres per person; in B.C. it is 14.9 litres.

Wine is one of the few categories that is growing. Oddly enough, what is growing is the consumer is buying less volume, but more premium product. We are starting to see those

en raffolent. Une fois qu'ils s'intéressent au vin, ils veulent aussi connaître la gelée à la lavande ou de nouvelles vinaigrettes que d'autres ont préparées. C'est comme s'ils découvraient des trésors.

Notre entreprise a examiné les activités auxquelles elle s'adonne. Il y a deux volets; d'abord, il y a le fabricant d'un produit à valeur ajoutée, qui doit vendre ce produit sur un marché de détail, qui comporte des monopoles et des systèmes à trois paliers aux États-Unis et des grands magasins au Japon. Il y a aussi une installation à destination touristique. Tout est lié au vin, mais on peut y greffer tellement de choses.

Nous avons un restaurant qui est ouvert seulement durant l'été. On y sert du saumon sauvage de la Colombie-Britannique, des pétoncles de la Nouvelle-Écosse et du boeuf de l'Alberta. Vous pouvez essayer ces mets, et nous en parlons. Nous allons vous conseiller un certain vin pour accompagner un repas. Ça marche dans notre restaurant; ça doit marcher ailleurs.

**Le sénateur Hubley:** C'est très consciencieux de votre part de développer ce côté touristique. Si vous exploitez un restaurant, vous avez dû y investir beaucoup d'argent, n'est-ce pas?

**M. Stewart:** Absolument.

**Le sénateur Hubley:** Je dirais que c'est le cas de la plupart des vineries; est-ce exact?

**M. Stewart:** Oui. En traitant avec les fournisseurs du restaurant, on voit rapidement qui a réussi. C'est pour cette raison que j'ai donné l'exemple des producteurs de cerises. Nous avons parlé d'eux. L'an dernier, notre menu offrait un dessert concocté avec ces cerises. Ces producteurs nous engagent et nous demandent de faire des choses. Par contre, d'autres secteurs de la communauté agricole sont mal en point depuis si longtemps qu'ils n'y croient pas et refusent de parler de ces choses.

Il faut réunir toutes les entreprises qui connaissent du succès et commencer à en prendre soin. Il faudra rebâtir l'industrie du boeuf. Grâce à un travail d'équipe, nous pouvons entreprendre un vaste brassage d'idées pour chaque secteur.

**Le sénateur Hubley:** Où se situe la consommation canadienne de vin sur l'échelle mondiale?

**M. Stewart:** C'est probablement la chose la plus importante que le comité peut recommander: les Canadiens doivent boire plus de vin.

**Le président:** Plus de vin produit en Colombie-Britannique.

**Le sénateur Hubley:** Nous pourrions probablement donner l'exemple.

**Le sénateur Mercer:** Je fais ma part.

**M. Stewart:** Nous aimerions atteindre la moitié de la part de marché détenue par les Italiens. C'est au Québec que la consommation est la plus élevée, suivi de la Colombie-Britannique. Le volume par habitant au Québec est d'environ 15 litres, alors qu'en Colombie-Britannique, il est de 14,9 litres.

Le vin est une des rares catégories qui affichent une croissance. Phénomène plutôt étrange, le consommateur consomme moins de vin, mais il achète une meilleure qualité. On commence à voir des

consumers who previously bought 1.5 litres or a bag in the box product move into bottles and then they move up and are buying more expensive products. The \$12 to \$14 range is the fastest growing category in British Columbia. I suspect in Ontario it might be \$11 to \$13. That is reflected similarly throughout the country.

**The Chairman:** Mr. Stewart, you recommended that if wine, cheese and meat producers worked together, they could find greater economies of scale. You should know that three weeks ago Pulse Canada suggested to this committee that Canada needs to bring all commodity groups together to develop a comprehensive agricultural research framework.

You were talking about a marketing framework. What do you think about a research framework? Can you see any value in that suggestion by Pulse Canada?

**Mr. Stewart:** There would certainly be advantages in having all commodity groups get together on significant research and development issues such as water management, environmental impact, wastewater management and so forth. I can see that having a huge benefit to all sectors because individually it is very expensive to get into any sort of meaningful research on specific issues.

At a very high level yes, at a low level no. It is not feasible because of the various issues of research and development. You are dealing with clonal selection of grapevines or different diseases, drip management versus overhead sprinklers. I do not know if there would be many commodities that would have that same need. At a very macro level, however, yes, that is a good idea.

**The Chairman:** You compared amount of wine that is produced and consumed in Canada with the amount of wine produced outside Canada that is consumed here.

What should be the amount of domestic market share of Canadian wines? How could we increase this market share? What are some of the things that we as a committee should know about increasing the amount of Canadian versus imported wines that we consume in Canada?

**Mr. Stewart:** I said that 50 per cent is a reasonable goal of market share across Canada for wines produced domestically. The key to doing that is building our businesses. It is very costly to develop production facilities and purchase oak barrels and plant new grapes. Vineyard land in the Okanagan is \$50,000 an acre. No one has factored that increase in value into the economy of the region. I am sure that there is similar interest in Ontario, Quebec, Nova Scotia and other regions because wine is a very exciting product right now.

Domestic promotions are critical. It is an issue that has to be cited in this committee's report, that interprovincial trades for domestic producers in wine is challenged because of marketing

consommateurs qui, auparavant, achetaient en contenant d'un litre et demi ou du vin vendu en sac leur préférer maintenant des bouteilles, puis passer à des produits plus chers. Les vins coûtant entre 12 et 14 \$ la bouteille représentent la catégorie à la croissance la plus rapide en Colombie-Britannique. Je soupçonne qu'en Ontario, la catégorie pourrait être celle des vins à 11 ou 13 \$. C'est le même phénomène partout au pays.

**Le président:** Monsieur Stewart, vous avez dit que si les producteurs de vin, de fromage et de viande se concertaient, ils pourraient réaliser d'importantes économies d'échelle. Il faut que vous sachiez qu'il y a trois semaines, Pulse Canada a laissé entendre au comité qu'il fallait que le Canada regroupe tous les producteurs en vue d'élaborer un cadre de recherche agricole complet.

Vous avez parlé d'un cadre de commercialisation. Que pensez-vous d'un cadre de recherche? Voyez-vous un intérêt quelconque dans la suggestion faite par Pulse Canada?

**M. Stewart:** Il serait certes avantageux que tous les groupes de producteurs se concertent dans des dossiers importants de R et D comme la gestion de l'eau, l'impact environnemental et le traitement des eaux usées. Une pareille démarche profiterait énormément à tous les secteurs parce qu'il coûte très cher de se lancer seul dans des recherches utiles sur des problèmes précis.

J'y vois donc un intérêt pour des questions d'intérêt général, mais aucun pour des questions propres à une seule industrie. En effet, les questions de R et D sont trop diverses à ce niveau-là. Il est question de sélection clonale des vignes ou de différentes maladies, de la gestion d'irrigation au goutte à goutte par opposition à l'aspersion sur frondaison. J'ignore s'il y a beaucoup de producteurs qui auraient les mêmes besoins. Par contre, à un niveau très général, ce serait effectivement une bonne idée.

**Le président:** Vous avez comparé la quantité de vin qui est produite et consommée au Canada à celle du vin importé qui est consommé ici.

Quelle part du marché intérieur devrait être occupée par des vins canadiens? Comment pourrions-nous l'augmenter? Que faudrait-il que le comité sache au sujet de l'augmentation de la consommation au Canada de vins canadiens par rapport aux vins importés?

**M. Stewart:** J'ai déjà dit que 50 p. 100 serait une part raisonnable du marché à viser partout au Canada pour les vins de production intérieure. La meilleure façon d'y arriver est de développer nos propres entreprises. Il est très coûteux d'aménager des installations de production, d'acheter des barils de chêne et de planter de nouvelles vignes. Les terres vinicoles de la vallée de l'Okanagan se vendent 50 000 \$ l'acre. Nul n'a tenu compte de cette croissance de la valeur dans l'économie de la région. Je suis sûr qu'il existe un intérêt analogue en Ontario, au Québec, en Nouvelle-Écosse et dans d'autres régions parce que le vin est actuellement un produit très prometteur.

La promotion du produit canadien au Canada même est essentielle. Il faut que le rapport du comité en parle, qu'il dise que le commerce interprovincial des producteurs canadiens de vin est

dollars available to France, for instance, or simply the fact that there are only so many listings available and not enough specialty listings for small producers. Those are issues. I am just thinking down how far can you go with dismantling that system.

On the promotional end, there is a need to engage the consumers throughout the country and show them what is going on in the other regions around Canada and what is the value like, why it is worthwhile. Sure, they may have to look a little bit to find these wines but it will be worth it. Raising our profile is important.

**Senator Fairbairn:** Last week we had some terrific testimony here from people from the Canadian Organic Growers. They also had great frustrations in respect of gaining recognition and the difficulty of getting into the marketplace. However, they were extremely vigorous and obviously skilled. They had their information in top form. You mentioned at one point, if I am not mistaken, that wine growers had been working in some way with organic farmers. Could you give us an example of that?

This group felt that as a smaller group, they would benefit a great deal from being part of a federal effort at listening and communications through round table discussions. Such activities have been going on a great deal to the extensive comfort and help over this past year within the cattle industry and related industries.

Could you place for us yourself vis-à-vis the organic farmers and the degree to which you are working with them, who also have a product that shows tremendous promise but how to get there is critical?

**Mr. Stewart:** We have worked closely with the organic food sector in many ways. I serve a number of organic products on our menu at the patio at Quail's Gate. They are definitely a group that gets it and though they may, in some circles, be seen as radicals they are certainly aware of the growing concern that is not being addressed.

If we go back to your comment about whether we are ready, there are big sectors in Canada that are not ready for what we are talking about. Their view is that it is strictly about cost. It is a commodity and it has to be delivered at a price. Unfortunately, we will have to think quality and organics are part of it and that in order to do so there has to be a shift in mindset.

The organic growers have struggled a lot to understand their standards. I do not think in the beginning they were being reasonable in some ways. Certainly now they seem to have a much more organized approach, a much more scientific basis for what they are saying and it makes a lot of sense given the events of the last three years.

menacé par les fonds disponibles pour la mise en marché des producteurs français, par exemple, ou simplement le fait que les listes d'inscription sont limitées et qu'il y a trop peu de listes de spécialités pour les petits producteurs. Ce sont là les problèmes. Je me demande simplement jusqu'où vous pourriez aller pour démanteler ce système.

Du côté de la promotion, il faut aller chercher le consommateur partout au pays, lui montrer ce qui se fait dans d'autres régions du Canada et le convaincre de l'intérêt de consommer des vins canadiens. Il est vrai qu'il lui faudra peut-être chercher un peu pour trouver ces vins, mais son effort sera récompensé. Il importe de mieux nous faire connaître.

**Le sénateur Fairbairn:** La semaine dernière, nous avons entendu de splendides témoignages de porte-parole de Canadian Organic Growers. Eux aussi avaient beaucoup de difficulté à se faire reconnaître et à pénétrer le marché. Toutefois, ils connaissaient manifestement bien leur domaine. Ils maîtrisaient fort bien leurs dossiers. Vous avez mentionné à un moment donné, si je ne m'abuse, que les viculteurs travaillaient en collaboration avec des agriculteurs biologiques. Pourriez-vous nous en donner un exemple?

Ce groupe estimait qu'en tant que petit groupe, il serait très avantageux pour lui de faire partie d'une table ronde fédérale qui lui permettrait de savoir ce que font les autres et d'échanger avec eux. Beaucoup d'activités du même genre ont eu lieu au cours de la dernière année auprès des éleveurs de bétail et des industries connexes afin de les aider.

Pourriez-vous vous situer par rapport aux agriculteurs biologiques pour nous et préciser à quel point vous collaborez avec eux, étant donné qu'ils ont eux aussi un produit très prometteur, mais que tout est dans la façon d'en réaliser le potentiel?

**M. Stewart:** Nous avons travaillé de près avec le secteur des aliments biologiques de nombreuses façons. J'offre plusieurs produits biologiques sur le menu de la terrasse de Quail's Gate. Il s'agit certainement d'un groupe très bien informé et bien qu'il soit vu, dans certains cercles, comme un groupe radical, il est certes conscient de la préoccupation croissante dont personne ne s'occupe.

Si nous revenons sur ce que vous avez dit, à savoir si nous sommes prêts, d'importants secteurs au Canada ne sont pas prêts pour ce dont nous parlons. Ils estiment que c'est strictement une question de coût. Il s'agit effectivement d'un produit qui est livré moyennant un prix. Malheureusement, il faudra bien tenir compte de la qualité, et les produits biologiques font partie des produits de qualité. Pour y arriver, il faudra changer d'attitude.

Les agriculteurs biologiques se sont beaucoup démenés pour comprendre leurs normes. Je ne crois pas qu'au début, ils aient été raisonnables, à certains égards. Toutefois, ils semblent certainement avoir maintenant une approche beaucoup plus structurée, une base beaucoup plus scientifique pour ce qu'ils affirment et ce qu'ils disent est très sensé, étant donné les événements des trois dernières années.



**Senator Mercer:** I note that sometimes we do not introduce our guests properly and they do not introduce themselves properly. In my research I note that our guest was awarded one of Canada's top 40 under-40 awards in 2002, so we are not dealing with any slouch here. Congratulations on that.

I also learned — and this may be a question that I should not ask as a government member but I could not resist — that in October of 2003 you travelled with a wine delegation to Finland and Iceland in a state visit with the Governor General to promote the high quality wines created in British Columbia and tourism as well. In your estimation was that a success? Was it a worthwhile venture?

**Mr. Stewart:** It was a huge success. One of the things I mentioned was the dinner that we had in Helsinki, which served Canadian wines at the event. I believe there were 300 people at the event. It was actually one of the best food pairings that I have ever experienced. I was impressed that both the Canadian wines in the dinner showed well.

It was a huge success in that part of what we need to do as Canadians is get the word out about what we can do and what we are all about. The success of that tour is a good example of what we are talking about with this idea behind the Canada à la carte theme. That tour had a cultural and educational component as well as an exchange program and a business component.

Our industry needs a business component of this. The trade offices, unfortunately, look at each group by sector. They look at one group that might be doing only \$12 million in annual exports and another that is doing \$700 million each year and they can only allocate X amount for the smaller group. In fact, they should be bringing the two groups together and conducting a similar type of promotion in our export markets.

The objective should be: What can we do in total exports as a group, as a category working together versus working individually? If wine is \$12 million and beef is \$700 million and whatever is from wheat and from dairy, what can we do as an agriculture group working in a market like Japan? Can we strive for a 10 per cent gain working collaboratively? Why not?

I would like to see the establishment of a committee that has industry support as well as support from government — and the Department of Foreign Affairs and International Trade — that would do a test market in a region. They could determine the specific measurables and provide support on the condition that the groups commit to undertaking the program for a certain period of time. The group receiving the support sets the objective and if it does not succeed, it is obviously not worthwhile. You can manage us by objective; we will tell you what we can do and if there is a return there, I cannot see why we would not do this as a country. It is a huge opportunity.

**Le sénateur Mercer:** Au comité, on ne prend parfois pas le temps de bien présenter les témoins au début. Dans mes notes, je remarque que notre témoin figurait en 2002 sur la liste des 40 Canadiens performants de moins de 40 ans. Nous n'avons donc pas affaires à un empoté. Mes félicitations, monsieur!

J'ai également appris — je ne devrais peut-être pas poser la question parce que je fais partie du parti ministériel, mais je ne peux m'en empêcher — qu'en octobre 2003, vous faisiez partie d'une délégation qui a accompagné la gouverneure générale jusqu'en Finlande et en Islande pour faire la promotion du tourisme et des vins de qualité supérieure de la Colombie-Britannique. Selon vous, ce voyage fut-il un succès? Valait-il la peine d'être fait?

**M. Stewart:** Ce fut un énorme succès. J'ai mentionné entre autres le dîner qui a été servi à Helsinki et qui comprenait des vins canadiens. Il y avait 300 convives, je crois. En fait, ce fut un des plus heureux mélanges que j'ai jamais goûtés. J'ai également été impressionné par le fait que les deux vins canadiens servis au dîner ont eu du succès.

Ce fut une réussite totale dans la mesure où nous avons fait ce qu'il fallait faire en tant que Canadiens pour faire connaître ce que nous sommes capables de faire et ce que nous faisons. Le succès de cette mission illustre bien ce dont il est question quand nous parlons de Canada à la carte. La visite comportait un volet culturel et éducatif, de même qu'un programme d'échange et un volet commercial.

Notre industrie a besoin d'un volet commercial. Malheureusement, les bureaux commerciaux examinent chaque groupe par secteur. Ainsi, ils ne peuvent qu'affecter X dollars au groupe dont la valeur annuelle des exportations est de seulement 12 millions de dollars par rapport à l'autre qui exporte pour 700 millions de dollars par année. En fait, il faudrait qu'ils réunissent les deux groupes et qu'ils fassent le même genre de promotion sur nos marchés d'exportation.

Il faudrait que l'objectif soit les exportations totales que nous pouvons faire en tant que groupe, en tant que catégorie plutôt qu'individuellement. Si les exportations de vin rapportent 12 millions de dollars, celles du boeuf, 700 millions de dollars et les exportations de blé et de produits laitiers, je ne sais trop combien, que pouvons-nous faire en tant que groupe agricole sur un marché comme le Japon? Pouvons-nous viser un gain de 10 p. 100 en travaillant de concert? Pourquoi pas?

J'aimerais voir créer un comité qui a le soutien de l'industrie même que le soutien du gouvernement — ainsi qu'une représentation du ministère des Affaires étrangères et du Commerce extérieur — et qui ferait un marché-test dans une région particulière. Il pourrait décider de caractères mesurables précis et offrir de l'aide à condition que les groupes s'engagent à participer au programme pour une certaine période de temps. Le groupe qui reçoit l'aide fixe l'objectif et s'il ne parvient pas à le réaliser, de toute évidence, l'initiative ne mérite pas d'être poursuivie. Vous pouvez nous gérer par objectif. Nous vous dirons ce que nous pouvons faire et, si l'objectif est valable, je ne vois pas pourquoi nous ne pourrions pas l'atteindre en tant que pays. La solution offre d'énormes possibilités.

**The Chairman:** Mr. Stewart, you should also have told Senator Mercer that at the lunch on the day that you had the tasting in Finland there was a blind tasting of your 2000 Pinot and yours stood first. So it was a good day, I think.

**Mr. Stewart:** It was an exciting day.

**Senator Callbeck:** There is a chart in the information you gave us that shows the tremendous progress that has been made in British Columbia from 1990 to 2002, where you had a capital investment of \$800 million. You say the planned investment in the next five years would be roughly \$543 million — up around 70 per cent.

Will most of those capital dollars be spent by the existing wineries or are there a lot of new people wanting to get into the business?

**Mr. Stewart:** The existing companies are spending most of it. Vincer, which operates Jackson-Triggs, Sumac Ridge, and Hawthorne Mountain, and Inniskillin in the valley, have both had significant investment and continue to do so. Mission Hill is probably the largest capital injector of that planned investment. These are figures that came from a KPMG study done in 1999 and a secondary study done by Grant Thornton.

For us and other producers, production facilities are a large component of it. We need to process all of those grapes that have been planted. The tourism facility is probably the largest component and that is because with success the type of customer you are attracting is demanding certain things. They want to have lunch in a restaurant and they are not afraid to spend the money to enjoy a great meal, but they want to have a facility to do it in.

Unfortunately, at this point in time, we have not invested that money so we have to build up over the next 5 to 10 years to see that happen. The rest of it would be in vineyards.

**Senator Callbeck:** I read somewhere where the leading five wineries in Canada account for close to 90 per cent of the production. How many of those five would be in British Columbia?

**Mr. Stewart:** Two.

**The Chairman:** Mr. Stewart, you can tell by the length and the nature of our questions that we have thoroughly enjoyed and appreciated your presentation and we have learned much from it. Do you have any last word of advice to this committee on things you would like us to keep in mind as we think about recommendations we will make at the end of our study of agricultural products and looking at ways to add value to them?

**Mr. Stewart:** As a parting comment, I would like to volunteer to assist in some way. When I sat on a committee for the agricultural sector, I dealt with a number of stakeholders from different groups. We discussed some of the issues I outlined here. It was a very heightened level of discussion, to say the least about

**Le président:** Monsieur Stewart, vous auriez dû dire également au sénateur Mercer qu'au déjeuner, le jour de la dégustation en Finlande, il y a eu une dégustation anonyme de votre Pinot cuvée 2000 et qu'il est arrivé bon premier. C'était donc une bonne journée, je crois.

**M. Stewart:** Ce fut une journée extraordinaire.

**Le sénateur Callbeck:** Dans la documentation que vous nous avez fournie, il y a un tableau illustrant les progrès énormes réalisés en Colombie-Britannique de 1990 à 2002, quand vous avez fait un investissement en capital de 800 millions de dollars. Vous affirmez que l'investissement prévu pour les cinq prochaines années sera d'à peu près 543 millions de dollars — soit quelque 70 p. 100 de l'investissement initial.

Est-ce que la plupart de ces dollars seront consacrés aux exploitations viticoles existantes ou y a-t-il beaucoup de nouveaux qui s'intéressent à ce secteur?

**M. Stewart:** Les entreprises existantes en dépensent la plus grande partie. Vincer, qui exploite des installations à Jackson-Triggs, à Sumac Ridge et à Hawthorne Mountain, et Inniskillin, qui a une exploitation dans la vallée, ont toutes deux fait d'importants investissements et continuent d'en faire. Mission Hill est probablement l'entreprise qui injecte le plus de capitaux à même l'investissement prévu. Ce sont là des données provenant d'une étude effectuée par KPMG en 1999 et d'une autre étude menée par Grant Thornton.

Pour nous et pour les autres producteurs, les installations de production en absorbent une grande part. Il faut traiter tous les fruits de ces vignes qui ont été plantées. L'installation de tourisme est probablement la plus importante composante, et elle est due au fait qu'avec le succès, le genre de client que vous attirez a certaines exigences. Il veut bien déjeuner au restaurant et il n'a pas peur de dépenser pour bien manger, mais il insiste pour le faire dans le confort.

Malheureusement, à ce stade-ci, nous n'avons pas fait ce genre d'investissement et il faudra y voir au cours des cinq à dix prochaines années. Le reste sera investi dans les vignobles.

**Le sénateur Callbeck:** J'ai lu quelque part que les cinq principaux producteurs de vin du Canada représentent près de 90 p. 100 de la production. Combien d'entre eux se trouvent en Colombie-Britannique?

**M. Stewart:** Deux.

**Le président:** Monsieur Stewart, la longueur et la nature de nos questions témoignent d'à quel point nous avons plaisir à vous écouter et nous avons appris. Avez-vous un dernier conseil à donner au comité en ce qui concerne les recommandations qu'il fera à la fin de son étude des produits agricoles et de la façon d'y ajouter de la valeur?

**M. Stewart:** Avant de partir, j'aimerais me porter bénévole pour vous aider. Quand j'ai fait partie d'un comité chargé du secteur agricole, j'ai rencontré des intéressés des différents groupes. Nous avons discuté de certains problèmes dont je vous ai parlé. Il s'agissait de discussions d'un niveau très élevé à tout le

any concerns or criticism that someone might have over the existing systems that were in place. However, with our latest problems in British Columbia with avian flu, BSE and all other sorts of issues out there, I think it is the greatest opportunity we have today to really tackle this. People will listen.

We must figure out how we can start to bridge with those groups and look at ways to change past ways of doing things. We need to start somewhere. I think that a committee — a working group — comprising together people who are prepared to look at new ways in how we deal with some of our products and develop some ideas for the sectors we could make some great strides. I think it such a committee would be a safe bet because then the country can see the results and follow it from start to finish and be happy they have made the right decision and they have not wasted taxpayers' money. They actually put together a business plan and launch a business plan with obtainable objectives.

I would love to assist in that because I think we stand at the turning point of taking a new direction and making agriculture in Canada the envy of the world.

**The Chairman:** Again, thank you for your enjoyable presentation.

The committee adjourned.

---

OTTAWA, Thursday, April 29, 2004

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8:35 a.m. to examine the issues related to the development and marketing of value-added agricultural, agri-food and forest products, on the domestic and international markets.

**Senator Donald H. Oliver** (*Chairman*) in the Chair.

[*English*]

**The Chairman:** Today we are continuing the study of the Senate on value-added products. Over the last few weeks we have heard from a number of witnesses from various industries and farm activities dealing with value-added products and things that can make products Canadian and things that can help market Canadian products overseas.

Our last witness was Mr. Tony Stewart from British Columbia who told us of some of the value-added initiatives that he and others in British Columbia have undertaken.

Today, honourable senators, I am delighted to report that our first witnesses are from Agriculture and Agri-Food Canada. We have Mr. Gary Koestler, the Deputy Director of the Eastern Hemisphere Division of the International Trade Policy Directorate and Mr. Michael Presley, the Director General of the Food Value Chain Bureau, Food Safety and Quality,

moins au sujet de préoccupations ou de critiques que l'on pourrait avoir à l'égard des systèmes en place. Toutefois, à cause des difficultés que nous avons vécues récemment en Colombie-Britannique avec la grippe aviaire, la maladie de la vache folle et tout le reste, je crois que c'est le moment rêvé de vraiment s'attaquer à la question. Les gens seront attentifs.

Il faut trouver un moyen d'établir des ponts avec ces groupes et de changer les façons de faire du passé. Il faut bien commencer quelque part. À mon avis, un comité ou un groupe de travail formé de personnes qui sont disposées à envisager de nouvelles façons de faire pour quelques-uns de nos produits et d'avoir de nouvelles idées pour les secteurs serait très utile. La formation d'un pareil comité serait une valeur sûre parce que le pays pourrait alors voir les résultats et suivre l'évolution du début jusqu'à la fin, et savoir qu'il a pris la bonne décision et qu'il n'a pas gaspillé l'argent des contribuables. Il a dressé un plan d'affaires, l'a lancé et l'a assorti d'objectifs atteignables.

Je serais ravi d'y contribuer parce que j'estime que nous sommes sur le point d'effectuer un virage, de changer d'orientation, et que l'agriculture canadienne va faire l'envie du monde.

**Le président:** À nouveau, je vous remercie de cet exposé fort agréable.

La séance est levée.

---

OTTAWA, le jeudi 29 avril 2004

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui à 8 h 35 pour étudier les questions liées au développement et à la commercialisation de produits agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée sur les marchés national et international.

**Le sénateur Donald H. Oliver** (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**Le président:** Nous poursuivons aujourd'hui notre étude sur les produits à valeur ajoutée. Au cours des dernières semaines, nous avons entendu un certain nombre de témoins de différents secteurs de l'agriculture qui s'occupent de tels produits et d'activités pouvant favoriser la commercialisation des produits canadiens à l'étranger.

Nous avons reçu en dernier M. Tony Stewart de la Colombie-Britannique, qui nous a parlé de quelques initiatives à valeur ajoutée que lui et d'autres personnes de la province ont entreprises.

Aujourd'hui, honorables sénateurs, je suis très heureux de vous annoncer que nos premiers témoins sont des représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Il s'agit de M. Gary Koestler, directeur adjoint, Hémisphère oriental, Direction des politiques de commerce international, et de M. Michael Presley, directeur général, Bureau de la chaîne de valeur des aliments,

International Issues. We will hear from these witnesses for one hour and then we will go to Mr. Bill Ross, the president of the Canadian Vintners Association.

Mr. Koestler, we will hear from you first.

**Mr. Gary B. Koestler, Deputy Director, Eastern Hemisphere Division, International Trade Policy Directorate, Agriculture and Agri-Food Canada:** Honourable senators, it is a pleasure to be with you this morning as part of your study on the development and markets of value-added agriculture, agri-food and forest products. I will be speaking about a specific component of value-added agriculture, which is Canadian wine. That is my particular area of expertise.

I would like to begin with a brief overview of the role of the federal government in the development of the grape and wine sector in Canada and the factors related to the development of a world-class reputation for Canadian wine and the benefits to the industry, including those at the farm level.

In summary, the wine and grape industry is a sector of the Canadian agri-food industry. In the 1970s, the industry was characterized by growers producing low-quality, high-yielding grapes. There were a few large wineries that were highly dependent on preferential tax treatment to sell wine on the basis of price. Today, Canadian wineries are operating in one of the most competitive wine markets in the world, and Canada is recognized as a quality wine producing country with over 200 wineries. The strong linkage between quality of the wine and the quality of the grapes and the growing integration of grape growing and wine making has been a key element of this success.

Over the years, the federal government has supported numerous industry initiatives related to wine, such as new variety evaluation in Ontario, British Columbia, Quebec, and Nova Scotia. In addition, there has been ongoing support for domestic and export market development and the development of wine standards in Canada to improve the quality of Canadian wine and to meet the requirements of foreign markets. For example, the development of the Vintners Quality Alliance, VQA, wine standard and geographical indications for wine production in Ontario in the 1980s was initiated to meet European wine import requirements. Since then, VQA has been adopted in British Columbia and has evolved into a key element in the current success of the wine industry in Canada.

A major turning point for the Canadian wine sector came around 1989. The outcome of the Canada-U.S. Free Trade Agreement and a GATT panel ruling against provincial liquor board policies forced the phase-out of provincial taxation policies which, according to international trade rules, unfairly favoured Canadian wines over imported wine. The subsequent changes in provincial policies in

Salubrité et qualité des aliments, Questions internationales. Nous entendrons ces témoins pendant une heure, après quoi nous passerons à M. Bill Ross, président de l'Association des vignerons du Canada.

Monsieur Koestler, la parole est à vous.

**M. Gary B. Koestler, directeur adjoint, Hémisphère oriental, Direction des politiques de commerce international, Agriculture et Agroalimentaire Canada:** Honorables sénateurs, je suis heureux de pouvoir participer ce matin à votre étude sur le développement et la commercialisation de produits agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée. Je vais vous présenter une composante très particulière de l'agriculture à valeur ajoutée, celle de la production des vins canadiens. C'est mon domaine d'expertise.

J'aimerais tout d'abord vous donner un bref aperçu du rôle du gouvernement fédéral dans le développement du secteur vitivinicole canadien, ainsi que des facteurs qui lui ont permis de produire des vins de réputation mondiale et des avantages que l'industrie en tire, notamment au niveau des exploitations agricoles.

Pour situer le contexte, il faut dire que ce secteur de l'industrie agroalimentaire produisait, dans les années 70, du raisin à haut rendement de faible qualité. Quelques gros établissements vinicoles, qui étaient fortement tributaires du traitement fiscal préférentiel, vendaient du vin sur une base de prix. Aujourd'hui, les établissements vinicoles canadiens, au nombre de plus de 200, évoluent dans l'un des marchés les plus concurrentiels du monde. Le Canada y est reconnu comme un pays producteur de vins de qualité. Les efforts visant à améliorer les cépages, dont dépend fortement la qualité des vins, et l'intégration croissante de la viticulture et des techniques de production des vins ont grandement contribué à cette réussite.

Au fil des années, le gouvernement fédéral a financé de nombreuses initiatives sectorielles en production de vin, comme l'évaluation de nouvelles variétés en Ontario, en Colombie-Britannique, au Québec et en Nouvelle-Écosse. En outre, on a favorisé de façon soutenue l'expansion des marchés nationaux et d'exportation et l'instauration de normes du vin au Canada, ce qui a permis d'améliorer la qualité des vins canadiens et de répondre aux besoins des marchés étrangers. Par exemple, l'établissement de la norme de vin de la Vintners Quality Alliance (VQA) et la détermination de désignations géographiques en Ontario dans les années 80 visaient à satisfaire aux exigences d'importation de vins des pays européens. Depuis, la norme VQA a été adoptée en Colombie-Britannique et est devenue un élément clé de la réussite que connaît actuellement l'industrie vinicole canadienne.

Un point tournant pour cette industrie est survenu vers 1989. Les répercussions de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis et la décision du Groupe spécial du GATT à l'encontre des politiques des régies provinciales des alcools ont entraîné la suppression progressive des politiques de taxation des provinces, lesquelles, selon les règles internationales du commerce, favorisaient de façon déloyale les vins canadiens sur le marché

this area would force the Canadian grape and wine industry to be more competitive with imported wines in the Canadian market.

In recognition of the need for the grape and wine industry to undertake a significant restructuring to survive in a more competitive environment, the federal government, in cooperation with the provincial governments of Ontario, British Columbia, Quebec, and Nova Scotia, implemented a multi-year wine and grape industry adjustment program. The focus of the program was the improvement of grape quality and wine-making practices. The main component was a grapevine pull-out program, which eliminated one-third of the lowest quality grapevines in Ontario and two-thirds in British Columbia.

In addition, government support was provided for grape and wine quality improvement as well as the domestic and export market development. Provincial governments also encouraged the development of the sector through changes to provincial laws including provisions to make it easier to establish small wineries and permitting on-site wine sales in complementary businesses such as restaurants.

The wine sector is also the key driver for agri-tourism in Ontario and British Columbia. Not only has there been considerable investment in small wineries and high quality vineyards, agri-tourism has allowed for the development of many other agricultural-based businesses, including food service and hospitality sector as well as specialty food producers and processors. An emerging wine sector in Nova Scotia and Quebec is following a similar pattern. As agri-tourism provides an opportunity for direct sales from producers to consumers, it allows producers operating on a smaller scale to be economically viable.

An important element in the success of Canadian wine sales in Canada was the development of a quality reputation for Canadian wine gained through market development efforts in Europe. Winning major international competitions and influencing internationally recognized wine writers served to help change the image of Canadian wine in Canada as well as other important markets such as Japan and Taiwan. This was achieved through a concerted effort of the Canadian industry with the support of the federal and provincial governments. Canadian icewine is now internationally recognized as one of the best and most valuable wines in the world and is a flagship for the full range of quality Canadian wine.

The federal government, cooperating with provinces and industry, has recently negotiated a bilateral wine and spirits trade agreement with the European Union. This is another

intérior. Les modifications apportées par la suite aux politiques provinciales à cet égard ont obligé l'industrie vitivinicole canadienne à opposer, sur le marché canadien, une concurrence plus forte aux vins importés.

Conscient du besoin de l'industrie vitivinicole d'entreprendre une importante restructuration qui lui permettrait de survivre dans un environnement plus concurrentiel, le gouvernement fédéral, en collaboration avec les gouvernements de l'Ontario, de la Colombie-Britannique, du Québec et de la Nouvelle-Écosse, a mis en œuvre un programme d'adaptation pluriannuel de cette industrie. Ce programme visait principalement l'amélioration des cépages et le perfectionnement des techniques de vinification. Son volet principal consistait en une opération d'arrachage de plants de vigne qui a éliminé le tiers des plants de la plus faible qualité en Ontario et les deux tiers en Colombie-Britannique.

La contribution fédérale a en outre permis d'améliorer la qualité des cépages et du vin, et de favoriser l'expansion des marchés intérieurs et étrangers. Les provinces ont elles aussi encouragé le développement du secteur en apportant des modifications aux lois provinciales. Elles ont notamment ajouté des dispositions qui rendent plus facile la création de petits établissements vinicoles et qui permettent la vente du vin sur place et dans les locaux d'entreprises connexes comme les restaurants.

Par ailleurs, le secteur vitivinicole est l'élément moteur de l'agrotourisme en Ontario et en Colombie-Britannique. Non seulement les établissements vinicoles et les vignobles où sont cultivés des cépages de grande qualité ont-ils profité d'investissements massifs, mais l'agrotourisme a, de son côté, favorisé la croissance d'un grand nombre d'autres entreprises à vocation agricole, dont des établissements hôteliers et de restauration. Il a également aidé les producteurs et les transformateurs d'aliments de spécialité. En Nouvelle-Écosse et au Québec, le secteur se développe de façon similaire. En permettant aux producteurs de vendre directement aux consommateurs, l'agrotourisme assure la rentabilité d'exploitations qui auraient autrement été trop petites pour survivre.

L'importance des ventes de vins canadiens sur le marché intérieur s'explique en grande partie par l'excellente réputation qu'a acquise le Canada en s'efforçant de se tailler une part du marché européen. En gagnant de prestigieux concours de vin internationaux et en attirant l'attention de critiques de vins de renommée mondiale, notre pays est parvenu à rehausser son image en tant que producteur de vins de qualité et à conquérir aussi bien le marché intérieur que d'importants marchés d'exportation comme le Japon et Taïwan. Cela a été accompli grâce à un effort conjugué des intervenants de l'industrie vitivinicole canadienne, avec l'appui du gouvernement fédéral et des provinces. Le vin de glace canadien est maintenant reconnu aux quatre coins du globe comme l'un des meilleurs et des plus remarquables vins de sa catégorie. Il est également un porte-drapeau pour un vaste éventail de vins canadiens de qualité.

Le gouvernement fédéral, de concert avec les provinces et l'industrie, a récemment négocié un accord commercial bilatéral avec l'Union européenne sur les vins et les spiritueux. Cette

element in the overall strategy for this sector to improve access to important niche markets in European Union countries for high quality Canadian wine and to support the image-building strategy for Canada.

The federal government has also ratified a multilateral trade agreement between new world wine producing countries on the mutual recognition of winemaking practices. This agreement recognizes the world-class level of Canada's wine sector and will improve access to other markets. The current negotiations under the world wine trade group are underway on a wine-labelling agreement, which will further facilitate trade in wine and help to protect the icewine name from imitation products in foreign markets.

Since the mid-1990s, the federal government has supported the development of national wine quality standards. One of the objectives is to harmonize VQA wine standards between Ontario and British Columbia and provide a framework for quality standards to be implemented in other provinces such as Nova Scotia and Quebec. This initiative will allow standards to be enforced on wines exported from Canada and also respond to a commitment by federal and provincial governments under the Agreement on Internal Trade to establish national wine standards to facilitate interprovincial trade in wine.

The evolution of the grape and wine sector in Canada serves as an example of the progress that can be achieved by a concerted effort by industry to improve quality and value of an agri-food product and the value of cooperation with governments at both the federal and provincial levels. Key elements of success in this sector are reflected in Canada's new agricultural policy framework.

My colleague, Mr. Presley, and I would be pleased to respond to any questions you may have.

**The Chairman:** Thank you for that interesting presentation. I would like to ask you a question that I have asked other witnesses who have come here.

A number of Canadians have told me that one of the things that is wrong with Canadian agricultural products is that there seem to be interprovincial barriers to our being able to access, receive and use products from other provinces of Canada. Specifically, I have heard people wonder why they cannot get cheese or maple syrup products from Quebec in Ontario. They wonder why they cannot get certain meat products or wine products from one province when they are made in another?

I am aware that there are certain interprovincial trade barriers. I know that the federal-provincial Agreement on Internal Trade, AIT, is said to have improved the movement of alcoholic beverages within Canada — that is, between provinces.

Has the trade in wine improved since the signing of this AIT? Are there circumstances in your view where it is easier for a foreign supplier — from Chile, France or Spain — to sell into a

entente constitue un autre élément de la stratégie d'ensemble du secteur, qui vise à faciliter la pénétration des vins canadiens de grande qualité dans d'importants créneaux des pays de l'UE et à contribuer au renforcement de l'image de marque du Canada.

En outre, le gouvernement fédéral a ratifié une entente commerciale multilatérale conclue entre les nouveaux pays producteurs de vin sur la reconnaissance mutuelle de techniques de production des vins. Cette entente, qui reconnaît que le secteur vitivinicole canadien est de calibre international, facilitera l'accès à d'autres marchés. Les négociations en cours menées sous l'égide du Groupe mondial du commerce du vin aboutiront à une entente sur l'étiquetage, qui facilitera le commerce des vins et aidera à protéger la désignation «vin de glace» contre les produits d'imitation à l'étranger.

Depuis le milieu des années 90, le gouvernement fédéral soutient l'instauration de normes nationales relatives à la qualité des vins. L'un des objectifs visés est d'harmoniser les normes VQA entre l'Ontario et la Colombie-Britannique et d'établir un cadre pour l'instauration de normes de qualité dans d'autres provinces, comme la Nouvelle-Écosse et le Québec. Cette initiative permettra de renforcer les normes de qualité des vins canadiens exportés et de respecter l'engagement qu'ont pris, dans le cadre de l'Accord sur le commerce intérieur, les gouvernements fédéral et provinciaux d'établir des normes nationales du vin qui faciliteront le commerce interprovincial de ce produit.

L'évolution du secteur vitivinicole canadien est un bon exemple des progrès qu'on peut accomplir grâce à un effort concerté des intervenants de l'industrie. Cet effort a permis d'améliorer la qualité et la valeur d'un produit agroalimentaire et de resserrer la collaboration avec les gouvernements, à l'échelle aussi bien fédérale que provinciale. Les principaux éléments de la réussite du secteur vitivinicole font partie intégrante du nouveau Cadre stratégique pour l'agriculture du Canada.

Mon collègue, M. Presley, et moi-même serons heureux de répondre à vos questions.

**Le président:** Je vous remercie pour cet intéressant exposé. Je voudrais vous poser une question que j'ai posée à d'autres témoins.

Un certain nombre de Canadiens m'ont dit que l'un des obstacles à la commercialisation des produits agricoles canadiens réside dans les barrières interprovinciales qui empêchent l'utilisation des produits venant d'autres provinces du Canada. Il y a des gens qui m'ont dit, en particulier, qu'il est impossible d'avoir en Ontario du fromage ou du sirop d'érable venant du Québec. Ces gens se demandent pourquoi ils ne peuvent pas obtenir dans une province des viandes ou des vins venant d'une autre.

Je sais qu'il y a des barrières commerciales interprovinciales. Je sais que l'Accord fédéral-provincial sur le commerce intérieur est censé avoir amélioré la situation pour ce qui est de l'échange de boissons alcoolisées entre les provinces.

Le commerce des vins a-t-il évolué depuis la signature de cet accord? Y a-t-il des cas, à votre avis, où il est plus facile à un fournisseur étranger, qu'il soit chilien, français ou espagnol, de

province than it is for a province to sell into another province? I would like to have your view on that. If there is a problem, I would like your recommendations for what our committee should be doing about it.

**Mr. Koestler:** The AIT includes a chapter on alcoholic beverages trade. In that chapter, there were some issues related to different types of alcohol — beer, spirits and wine. In the chapter related to wine, one of the aspects was establishing national standards to help facilitate trade. We have had good support from provincial governments on this initiative. That has gone a long way to opening the eyes of the different provincial agency in terms of the interest in trading interprovincially.

One aspect that one must consider in respect of interprovincial trade in alcoholic beverages is that under the Importation of Intoxicating Liquors Act, the provincial governments are the only body with the authority to import wine into the province. The province must take possession of any alcoholic beverages that are imported into the province. It is not traded like other products or goods. There is a very narrow channel for this trade to occur.

**The Chairman:** Is that true for all provinces of Canada?

**Mr. Koestler:** Yes, as I mentioned, under the federal Importation of Intoxicating Liquors Act, the authority for trade in alcoholic beverages has been delegated to provincial governments. This act goes back to the 1930s. That is one of the reasons that alcoholic beverage trade is really on a provincial basis.

That being said, our initiative on national wine standards has certainly opened many eyes. The high quality standard on VQA products has received recognition and those are the products that are trading freely between provinces. In particular, Alberta has been a major new market for VQA wines. Quebec is promoting VQA wines.

The same would apply with respect to imports. Imported wines would have to be bought by provincial governments. If a wine is sold in one province, it is not automatically sold in another province. It is up to the provincial authority in each province to actually purchase the imported wines. It is a fairly narrow opportunity of selling wines within a province, or any alcoholic beverages.

**Mr. Michael Presley, Director General, Food Value Chain Bureau, Food Safety and Quality, International Issues, Agriculture and Agri-Food Canada:** Mr. Koestler has described the wine circumstance nicely. I would say there is trend toward moving products nationally in Canada. In some respects, that is a function of commercial developments in the food industry more than perhaps policy or legislative efforts as retailers.

vendre ses produits dans une province que ce ne l'est pour une autre province? J'aimerais connaître votre point de vue à ce sujet. S'il y a des difficultés, qu'est-ce que vous recommandez à notre comité de faire pour les régler?

**M. Koestler:** L'Accord sur le commerce intérieur comprend un chapitre sur le commerce des boissons alcoolisées, ce chapitre comportant lui-même des subdivisions concernant particulièrement la bière, les spiritueux et le vin. Les dispositions relatives aux vins parlent de définir des normes nationales pour faciliter le commerce. Nous avons pu compter sur l'appui des gouvernements provinciaux dans cette initiative. Cela a été très utile pour sensibiliser les différents organismes provinciaux à l'intérêt que présente le commerce interprovincial.

Dans le cas du commerce interprovincial des boissons alcoolisées, il faut tenir compte de la Loi sur l'importation des boissons enivrantes, en vertu de laquelle les gouvernements provinciaux sont les seuls habilités à importer du vin dans chaque province. Le gouvernement doit prendre possession de toute boisson alcoolisée importée dans la province. Ces boissons ne peuvent pas être échangées comme les autres produits ou marchandises. Les échanges commerciaux ne peuvent se faire que dans des limites très étroites.

**Le président:** Est-ce le cas dans toutes les provinces du Canada?

**M. Koestler:** Oui, comme je l'ai mentionné, aux termes de la Loi sur l'importation des boissons enivrantes, ce sont les gouvernements provinciaux qui détiennent tous les pouvoirs relatifs au commerce des boissons alcoolisées. La Loi a été adoptée dans les années 30. C'est l'une des raisons pour lesquelles ces boissons ne sont vendues en pratique que sur une base provinciale.

Cela étant dit, notre initiative concernant les normes nationales du vin a certainement ouvert les yeux de beaucoup de gens. La norme de qualité VQA est reconnue. Les produits conformes à cette norme sont librement échangés entre les provinces. L'Alberta en particulier est un nouveau marché important pour les vins de qualité VQA. Le Québec aussi fait la promotion de ses vins.

Il en est de même pour les importations. Les vins importés doivent être achetés par les gouvernements provinciaux. Si un vin est vendu dans une province, il n'est pas automatiquement offert dans une autre. Il appartient à l'organisme provincial compétent d'importer ou non certains vins. Comme je l'ai dit, les échanges, qu'il s'agisse de vin ou de n'importe quelle autre boisson alcoolisée, se font dans des limites très étroites.

**M. Michael Presley, directeur général, Bureau de la chaîne de valeur des aliments, Salubrité et qualité des aliments, Questions internationales, Agriculture et Agroalimentaire Canada:** M. Koestler a fort bien décrit la situation du vin. Je dirais qu'il y a une tendance qui favorise les échanges de produits à l'échelle nationale. À certains égards, cela dépend davantage des développements commerciaux qui se produisent dans l'industrie alimentaire que de la politique ou des efforts législatifs.

Food retailers have consolidated. There are more national buying desks within these large retail settings. Hence, you do not tend to have, for example, buyers within each province within a major grocery store. You would tend to have a couple of regional ones. In some instances for some categories, there is one buyer for the entire country, which means that suppliers try to supply the entire country. That has been the more prevalent trend.

**The Chairman:** Are there any health or phytosanitary rules in relation to the movement of cheese products, those that are pasteurized and those that are not. Are there still interprovincial barriers on those products?

**Mr. Presley:** I will have to come back to you on that subject. I do not know the specifics on the dairy category. I will have to respond to that later.

**Senator Mercer:** I am always interested in making sure that any government action has the effect that those of us who are affected want it to have at the end. I am interested in the discussion about the wine industry lobbying for the elimination of the excise duties at the lower levels of production of 100 per cent Canadian wines.

Specifically, I would like to know whether, if we were to do this, there is any way that we can ensure that the money that would be realized out of this for them would get to the wine producers, but would also reduce the price to the consumers? The two people who are vital to the success are the producers in continuing to produce quality wines, but also the consumers whom we need to consume more Canadian quality wines.

**Mr. Presley:** I think the honourable senator has just described the fundamental policy issue attached to that.

As you know, the excise tax policy is determined by the Department of Finance. There are always implications attached to tax policy that I underestimate from my perspective in Agriculture and Agri-food Canada. While I am very sympathetic to the interests of the wine industry and moving on this front, it is something that resides with the Department of Finance.

Your observation is significant. In other words, if there were savings available to the industry through tax reductions, how would those savings be invested in the industry? I know that Mr. Bill Ross will be following us and may want to comment on that. Would the savings accrue to the consumer? Would those investments be reinvested into the vineyards to produce still better grapes and to produce better quality products for the consumer? Would we see it invested in new, innovative products that are responsive to the consumer?

Those are some of the fundamental issues you would need to think through in that kind of a discussion. I am afraid I do not have anything more to offer than that. That is the crux of the policy discussion.

**Senator Mercer:** This will be the crux of many discussions around the table. However, I would challenge one thing — quality lies not only in the quality of the grapes. This is not just producing

Les détaillants de produits alimentaires se sont regroupés. Dans les grands ensembles de détail qui en ont résulté, il y a de plus en plus de bureaux d'achat nationaux. Ainsi, les grandes chaînes d'épicerie n'ont plus tendance à désigner des acheteurs dans chaque province. Ils ont plutôt quelques acheteurs régionaux. Pour certaines catégories de produits, il peut n'y avoir qu'un seul acheteur pour tout le pays, ce qui signifie que les fournisseurs essaient d'approvisionner l'ensemble des magasins de détail. C'est la tendance qui prévaut à l'heure actuelle.

**Le président:** Y a-t-il des règles phytosanitaires ou de santé dans le cas des fromages à base de lait cru ou pasteurisé? Existe-t-il encore des barrières interprovinciales pour ces produits?

**M. Presley:** Je vais devoir me renseigner pour vous fournir une réponse à ce sujet. Je ne connais pas les détails relatifs aux produits laitiers. Je vous ferai parvenir ma réponse plus tard.

**Le sénateur Mercer:** Je tiens toujours à m'assurer que toute mesure prise par les pouvoirs publics a bien, en définitive, les effets qu'on avait prévus. Je m'intéresse aux discussions concernant les efforts déployés par l'industrie vinicole en faveur de la suppression des droits d'accise aux faibles niveaux de production des vins à 100 p. 100 canadiens.

Je voudrais en particulier savoir, au cas où nous en arriverions à supprimer effectivement ces droits, s'il y a un moyen quelconque de s'assurer que les économies réalisées profiteront à la fois aux producteurs de vin et aux consommateurs. Ces deux effets sont essentiels car il faut, d'une part, que les producteurs continuent à produire des vins de qualité et, de l'autre, que les consommateurs boivent davantage de vins canadiens de qualité.

**M. Presley:** Je crois que l'honorable sénateur vient de décrire la question stratégique fondamentale qui se pose dans ce domaine.

Comme vous le savez, c'est au ministère des Finances qu'il appartient de définir la politique de la taxe d'accise. Il y a toujours des incidences fiscales que j'ai tendance à sous-estimer lorsque j'envisage les choses du point de vue d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Même si je suis très favorable aux intérêts de l'industrie vinicole à cet égard, la décision appartient au ministère des Finances.

Votre observation est très significative. En d'autres termes, si une réduction de la taxe permet à l'industrie de réaliser des économies, comment celles-ci seront-elles réinvesties? Je sais que M. Bill Ross doit comparaître après nous. Il voudra peut-être parler de cette question. Est-ce que les économies profiteront aux consommateurs? Seront-elles réinvesties dans les vignobles pour améliorer la qualité des cépages et des vins? Seront-elles réinvesties dans de nouveaux produits répondant à la demande des consommateurs?

Voilà quelques-unes des questions fondamentales auxquelles il faut penser dans ce genre de discussion. Je crains de ne pas pouvoir en dire davantage à ce sujet. C'est le point central des discussions relatives à la politique.

**Le sénateur Mercer:** Ce sera le point central de beaucoup de discussions. Toutefois, il y a un point que je conteste: la qualité ne dépend pas seulement des cépages. Il ne s'agit pas seulement de la



grapes and wine; it is producing an opportunity for tourism that goes along with it. There is a huge tourism industry around most of the wineries and one that can be expanded and has an effect beyond just the vineyard and the winery.

I am also interested in the marketing concept. We had a discussion the other evening about the joint marketing of wines and other Canadian agricultural products. We have a large surplus of beef in this country, but we also have other quality products that we should be trying to market along with our quality wine.

I am interested in whether you are familiar with the Taste of Nova Scotia Society, which is probably one of the best examples — if not the best example — of a unified marketing strategy for products from Nova Scotia. Do you think that model can be used as a template in other provinces, or perhaps could be used nationally to market wine with other agricultural products?

**Mr. Presley:** I am not intimately familiar with the Taste of Nova Scotia Society, but I know of the program. I have had a chance to talk to some of my provincial colleagues in Nova Scotia about it.

That program really does put the best foot forward for the Nova Scotian food industry. It is a program that is oriented toward discriminating toward the best products and promoting the best products. That is a key element for a marketing strategy focused on the domestic market.

As you may know, we have invested fairly heavily over the years in our export market promotion work. In working in an export market, you are dealing with consumers that, for the most part, do not know the Canadian food industry or food products. They may have a superficial understanding of Canada and a light understanding of our food products. When trying to market to those consumers, it takes a different strategy than one that focuses on the domestic market.

Over the past year, one of the things we learned from the beef file — certainly with BSE — has been that domestic confidence in the food product is extraordinarily important. What we found extraordinary about the beef file was that the Canadian consumer continued to hold Canadian beef in very high regard. Canadians increased their consumption significantly over the summer months following the May discovery of BSE — 60 and 70 per cent over those two months of July and August. That taught us that focusing on the domestic market and maintaining a sense of domestic pride in Canadian food products can serve our industry very well, particularly when we are dealing with some challenging export market effects as we felt with beef.

As I think about the domestic market and the focus that our department needs to put on with our provincial colleagues through programs such as Taste of Nova Scotia — and we have similar initiatives introduced in other provinces across the country — I like the approach we have taken with wine. We

production de raisin et de vin, il y a aussi les débouchés touristiques parallèles. Une énorme industrie touristique peut se greffer à la plupart des entreprises vinicoles. C'est une industrie qui peut grandir et avoir des effets allant bien au-delà du vignoble.

Je m'intéresse également aux concepts de marketing. Nous avons eu une discussion l'autre soir au sujet de la commercialisation conjointe des vins et d'autres produits agricoles canadiens. Nous avons un important excédent de bœuf au Canada. Nous avons aussi d'autres produits de qualité que nous devrions essayer de vendre en même temps que nos vins de qualité.

Je voudrais savoir si vous connaissez la Taste of Nova Scotia Society, qui est probablement l'un des meilleurs exemples, sinon le meilleur, d'une stratégie de commercialisation unifiée pour les produits de la Nouvelle-Écosse. Croyez-vous que ce modèle pourrait être adopté dans d'autres provinces ou même utilisé à l'échelle nationale pour faire une commercialisation conjointe du vin et d'autres produits agricoles?

**M. Presley:** Je n'ai pas une connaissance détaillée de la Taste of Nova Scotia Society, mais j'ai entendu parler de ce programme. J'ai eu l'occasion d'en discuter avec mes collègues provinciaux de la Nouvelle-Écosse.

Ce programme permet effectivement de mettre l'accent sur les meilleurs produits de l'industrie alimentaire de la Nouvelle-Écosse. Il est axé sur la promotion des produits de la plus haute qualité. C'est un élément clé d'une stratégie de commercialisation basée sur le marché intérieur.

Comme vous le savez peut-être, nous avons fait au fil des ans des investissements assez importants dans la promotion de nos exportations. Dans le cas des marchés étrangers, on a affaire à des consommateurs qui, pour la plupart, ne connaissent ni l'industrie ni les produits alimentaires canadiens. Ils peuvent avoir une connaissance superficielle du Canada. Par conséquent, la stratégie de commercialisation, dans ce cas, est très différente de celle qu'on adopte pour le marché intérieur.

Au cours de l'année dernière, le dossier du bœuf et de l'ESB nous a appris que la confiance des consommateurs dans un produit alimentaire revêt une importance extraordinaire. Nous avons été surpris de constater, dans ce dossier, que nos consommateurs continuent à apprécier énormément le bœuf canadien. En effet, dans les mois qui ont suivi la découverte d'un cas d'ESB en mai, les Canadiens ont consommé sensiblement plus de bœuf que d'habitude: 60 et 70 p. 100 de plus en juillet et en août. Cela nous a appris que le fait de mettre l'accent sur le marché intérieur et de maintenir la fierté dans les produits alimentaires canadiens peut bien servir les intérêts de notre industrie, surtout si nous devons faire face à des défis dans nos marchés d'exportation, comme dans le cas du bœuf.

En pensant au marché intérieur et aux efforts que notre ministère doit déployer de concert avec nos collègues provinciaux dans le cadre de programmes tels que la Taste of Nova Scotia Society — il y a d'ailleurs des initiatives semblables dans d'autres provinces —, je dois dire que j'aime bien l'approche que nous

have developed, through such things as national wine standards, a national recognition of the premium categories so that Canadians become increasingly aware and see the best from the category.

We have created, within our department, some 10 value chain round tables, one of which is a horticultural round table where we are talking to the industry right from producer through to the retailer about strategies to both grow both the export and domestic markets. Part of the discussion focuses on how, as we appeal to the domestic consumer, we do it effectively so that we are just not competing with one category of food against another. It would be a tragedy if we introduced an initiative whereby we made inroads in terms of domestic consumption of beef but it came entirely at the cost of domestic consumption of Canadian pork.

We have to design our programs so that we think those implications through. A strategic approach that we need to take across all food categories is to first promote the premium categories and develop a sense of pride within the Canadian consumer of those products. We have discussed this with Canadian retailers. We have noted that in many instances Canadian consumers are not aware of the Canadian products on the shelves, so these kinds of initiatives could help.

**The Chairman:** Are you also dealing with the entire concept of value-added and of farmers adding value to the products they make as a way of increasing their marketing skills and increasing the market for their products?

**Mr. Presley:** Our premise, senator, is that too often in Canada — in horticulture in particular — we have supply chains but we do not have value chains. In other words, we have well-defined relationships between buyers and suppliers down to the primary commodities but we do not see a shared value premise throughout the whole chain.

Through these round tables, we are trying to create an environment and a setting where there can be candid discussion across the value chain. Bring together about 30 industry leaders from the primary level through to further processing, distribution and retail to look for win-win opportunities. We want to begin with some smaller pilots but where there could be an opportunity to define a premium category — a niche market — where that value proposition translates into realized earnings all the way through the value chain down to the producer.

We had our first meeting of the horticulture round table a couple of weeks ago. To start our first meetings of this round table we did a spot analysis and hired a consultant to help us. It was clear that we have a supply chain rather than a value chain and we need to adjust to that.

**Senator Callbeck:** I have a few questions about the VQA standards. It was mentioned this morning that they have been adapted in British Columbia.

avons adoptée dans le cas du vin. Grâce à des choses telles que les normes nationales du vin, nous avons pu faire reconnaître à l'échelle nationale les catégories de première qualité et sensibiliser les Canadiens à ce que nous avons de mieux.

Nous avons créé au sein du ministère une dizaine de tables rondes sur la chaîne de valeur, dont l'une s'occupe d'horticulture. Cette table ronde, qui regroupe des représentants de l'industrie, du producteur au détaillant, discute des stratégies d'expansion aussi bien du marché intérieur que des exportations. L'un des éléments de la discussion porte sur les moyens de toucher efficacement le consommateur canadien de façon à éviter la concurrence entre différentes catégories de produits alimentaires. En effet, il serait tragique qu'une initiative tendant à accroître la consommation intérieure de bœuf canadien réussisse strictement aux dépens de la consommation intérieure de porc canadien.

Nous devons concevoir nos programmes en pensant à toutes les répercussions possibles. Dans toutes les catégories de produits alimentaires, nous avons besoin d'une approche stratégique qui vise surtout à faire la promotion des catégories de première qualité et à développer la fierté que ressent le consommateur canadien en pensant à ces produits. Nous en avons discuté avec les détaillants canadiens. Nous avons noté que, dans bien des cas, nos consommateurs ne connaissent pas vraiment les produits canadiens qui sont offerts dans le commerce. Par conséquent, de telles initiatives peuvent sûrement être utiles.

**Le président:** Vous occupez-vous également de tout le concept de valeur ajoutée, des mesures prises par les agriculteurs pour augmenter la valeur de leurs produits afin d'accroître leurs compétences en matière de commercialisation et d'étendre leur marché?

**M. Presley:** Sénateur, il arrive trop souvent au Canada, surtout en horticulture, que nous ayons des chaînes d'approvisionnement, mais non des chaînes de valeur. Autrement dit, nous avons des relations bien définies entre acheteurs et fournisseurs pour l'ensemble des produits, y compris les matières premières, mais nous n'avons pas des valeurs de référence communes.

Nous essayons, grâce à ces tables rondes, de créer un environnement dans lequel il sera possible de discuter avec franchise de la chaîne de valeur. Il s'agit de regrouper une trentaine de chefs de file de l'industrie, depuis le niveau primaire jusqu'au conditionnement, à la distribution et à la vente au détail, pour chercher des occasions qui avantagent toutes les parties. Nous voulons commencer par de petits projets pilotes, surtout dans les domaines où il est possible de définir des créneaux pour des catégories de première qualité qui vont assurer des gains concrets tout le long de la chaîne de valeur jusqu'au producteur.

La table ronde de l'horticulture a tenu sa première réunion il y a deux semaines. Pour lancer le débat, nous avons procédé à une analyse rapide et avons retenu les services d'un consultant pour nous aider. Il est clair que nous avons une chaîne d'approvisionnement plutôt qu'une chaîne de valeur. Nous devons nous y adapter.

**Le sénateur Callbeck:** J'ai quelques questions à poser au sujet de la norme VQA. Vous avez mentionné ce matin qu'elle a été adaptée en Colombie-Britannique.

What does that mean? Does that mean every winery is producing according to those standards?

**Mr. Koestler:** The Vintners Quality Alliance, VQA, is a certification mark used on wines that are made to a specified standard. Some wineries participate in the standards program in respect of the harvest of the grapes and the production of the wine. The wines then pass through a tasting panel to achieve a certain mark against the VQA standards. We label those wines VQA. Not all wineries participate in the VQA program.

**Senator Callbeck:** You also mentioned that there is work on harmonizing those standards between Ontario and British Columbia with the thought of going right across Canada. Are all provinces interested in these standards?

**Mr. Koestler:** Yes. We have had a process for several years but Ontario and British Columbia are the most keenly interested. However, producers and governments in Quebec and Nova Scotia are also now participating in this process and they are keen to follow a similar approach.

Although they have small industries, the idea is to identify the top quality product within that industry and market that. VQA has become the banner for quality wine in Canada. The intent is to establish that as a national standard and allow any province and producer group within that province that wants to set up a certification scheme to take advantage of that "brand."

**Senator Callbeck:** Is VQA marked on the label?

**Mr. Koestler:** Yes.

**Senator Callbeck:** I am from Prince Edward Island, where we have the small Rossignol Estate Winery. If Prince Edward Island were to accept the VQA standards, how costly would it be for Rossignol to accept and meet those standards?

**Mr. Presley:** The premise behind the quality standards is that there is a quality assurance attached to the product. We are developing a three-tiered standard. The effort has been underway since the 1980s when the industry tried to pull together wine growing regions across the country to develop national quality standards. Ontario demonstrated leadership but, as you discussed with Mr. Koestler, there have also been efforts between Ontario and British Columbia to develop the same standard across those two important wine-growing regions in Canada.

The Canadian General Standards Board was the vehicle used to develop these national standards. That process failed for a number of reasons but most importantly because the standard could not be enforced effectively. When you are trying to develop a reputation against a quality assurance standard, it is important when people make false claims based on that standard that you take action against those individuals. We needed to ensure that the standard was grounded in legislation. We are working

Qu'est-ce que cela signifie? Est-ce que tous les producteurs de vin ont adopté cette norme?

**M. Koestler:** VQA, ou Vintners Quality Alliance, est une marque de certification apposée sur les vins produits conformément à une norme précise. Certains fabricants participent au programme de norme en ce qui concerne la récolte des raisins et la production du vin. Les vins sont ensuite soumis à un jury de dégustation, qui leur attribue une note d'après la norme VQA. Au-delà d'un certain seuil, les vins peuvent porter le label VQA. Mais les fabricants ne participent pas tous au programme.

**Le sénateur Callbeck:** Vous avez également mentionné des efforts visant à harmoniser les normes entre l'Ontario et la Colombie-Britannique en vue de les faire adopter à l'échelle nationale. Est-ce que toutes les provinces s'intéressent à cette norme?

**M. Koestler:** Oui. Nous avons un processus depuis plusieurs années, mais l'Ontario et la Colombie-Britannique sont les provinces qui s'y intéressent le plus. Toutefois, les producteurs et les gouvernements du Québec et de la Nouvelle-Écosse participent également maintenant et souhaitent adopter une approche semblable.

Même si ces deux provinces n'ont qu'une petite industrie vinicole, l'idée est de déterminer les produits de première qualité en vue de les commercialiser. Le label VQA est devenu le symbole du vin de qualité au Canada. Nous visons à en faire une norme nationale et à permettre à toute province et à tout groupe de producteurs de cette province qui souhaite établir un programme de certification de tirer parti de ce label.

**Le sénateur Callbeck:** La marque VQA figure-t-elle sur l'étiquette?

**M. Koestler:** Oui.

**Le sénateur Callbeck:** Je viens de l'Île-du-Prince-Édouard, où nous avons l'entreprise vinicole Rossignol Estate. Si la province acceptait la norme VQA, combien en coûterait-il à Rossignol pour adopter cette norme?

**M. Presley:** La norme de qualité se fonde sur l'hypothèse que le produit fait l'objet de mesures d'assurance de la qualité. Nous sommes en train de mettre au point une norme à trois niveaux. Cet effort a commencé dans les années 80 lorsque l'industrie a essayé de regrouper les régions productrices du pays pour élaborer des normes nationales de qualité. L'Ontario a fait preuve de leadership, mais, comme l'a dit M. Koestler, il y a eu des efforts tendant à faire adopter la même norme en Ontario et en Colombie-Britannique, dans les deux régions productrices qui comptent parmi les plus importantes du Canada.

On a tenté d'utiliser l'Office des normes générales du Canada pour élaborer la norme nationale. Le processus a échoué pour un certain nombre de raisons, mais surtout parce qu'il était impossible d'assurer une mise en vigueur efficace de la norme. Lorsqu'on essaie de bâtir une réputation sur la base d'une norme d'assurance de la qualité, il est important de pouvoir prendre des mesures contre ceux qui exploiteraient la norme pour faire des allégations fallacieuses. À cette fin, il fallait que la norme ait un

through the Canadian Food Inspection Agency and the Canadian Agricultural Products Act, which provides for the basis for grade standards for everything from beef to pork to dairy and to juice standards. We have been using that act as the premise to enforce these quality standards, but that brings us to the issue of cost.

We have developed this standard on the notion that there would be three tiers. The top tier is the VQA, which is almost a brand that is well-known to wine consumers in Canada so it makes sense to build on that. It would be the premium category. To receive the endorsement and label a product as a VQA wine, the winery would need to have a taste panel. The winery would have to provide assurance that a chemical analysis had been done of that product, which requires a lab analysis. In addition, there is some requirement that the practices described and claimed to produce an icewine, or late harvest wine, are employed. Those are the elements in place. In most parts of the country — for example in Ontario and British Columbia — those capabilities have been established. They may have to be finessed a bit with the national standard, but they already exist.

We wanted to accommodate some of the new wine growing regions such as Prince Edward Island, Nova Scotia and some parts of Quebec. Some of those wine industries are growing and in Nova Scotia, the industry is quite well established. Other wineries may choose not to go the three tiers to the VQA level and to not have their product assessed by a taste panel. In such a case, we would have a second tier of standard called “regional wines” available, for which chemical analysis would be done to verify that the product meets those quality assurance requirements, although not to the top tier. The costs attached to that vary depending on how high the winery chooses to go in the standard.

The challenge in Atlantic Canada is that currently we do not have a quality assurance governance system in place. They have been established in Ontario and British Columbia but they do not exist in Nova Scotia, Prince Edward Island and the rest of Atlantic Canada. We are working closely with the industry and our research stations — for example the Kentville research station in the Annapolis Valley — to take advantage of the lab analysis capabilities to try to introduce a governance model for Atlantic Canada that would be cost effective for the industry.

**Senator Callbeck:** Do you have any idea what the costs would be for a small winery in the Maritimes if it chose to achieve the third tier in the standard?

**Mr. Presley:** I will give some illustrations of some of the costs. We did a study with the national wine standards committee that looked at establishing a quality assurance role in Nova Scotia. This likely could serve the Maritime Provinces. Our total cost for establishing that governance body was in the neighbourhood of \$75,000 a year.

fondement législatif. Nous travaillons de concert avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments, dans le cadre de la Loi fédérale sur les produits agricoles, qui permet d'adopter des normes de qualité relatives à n'importe quoi, qu'il s'agisse de bœuf, de porc, de produits laitiers ou de jus. Nous utilisons cette Loi comme base pour mettre en vigueur ces normes de qualité. Cela nous amène au problème du coût.

Nous avons élaboré cette norme en partant de l'hypothèse qu'il y aurait trois niveaux. Le label VQA représente le niveau le plus élevé. Ce serait presque l'équivalent d'une marque qui serait bien connue des consommateurs de vin du Canada. Pour être approuvée et recevoir l'autorisation d'apposer la marque VQA, une entreprise vinicole a besoin d'un jury de dégustation. Elle doit donner l'assurance qu'elle a soumis son produit à une analyse chimique en laboratoire. De plus, elle doit établir qu'elle a utilisé les pratiques prescrites pour produire un vin de glace ou un vin de vendange tardive. Ce sont les éléments qui sont déjà en place. Dans la plupart des régions du pays, comme en Ontario et en Colombie-Britannique, ces capacités ont été établies. Il reste peut-être à faire quelques petites mises au point, mais la base de la norme nationale existe déjà.

Nous souhaitons rallier quelques-unes des nouvelles régions de viniculture, comme l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et quelques parties du Québec. Les entreprises vinicoles de ces régions sont en croissance et, en Nouvelle-Écosse, l'industrie est très bien établie. D'autres entreprises peuvent choisir de ne pas aller jusqu'au bout pour atteindre le niveau VQA et de ne pas soumettre leurs produits à un jury de dégustation. Elles peuvent alors accéder au deuxième niveau de la norme, qui est celui des «vins régionaux». Ceux-ci font l'objet d'une analyse chimique permettant de s'assurer qu'ils répondent aux exigences d'assurance de la qualité. Les coûts liés à cette opération varient selon le niveau que l'entreprise souhaite atteindre.

Au Canada atlantique, le problème est que nous n'avons pas à l'heure actuelle un système de gestion de l'assurance de la qualité. De tels systèmes existent en Ontario et en Colombie-Britannique, mais pas en Nouvelle-Écosse, dans l'Île-du-Prince-Édouard et dans le reste du Canada atlantique. Nous travaillons en étroite collaboration avec l'industrie et nos centres de recherche, comme celui de Kentville dans la vallée d'Annapolis, afin d'utiliser les capacités d'analyse en laboratoire pour essayer de mettre en place dans le Canada atlantique un modèle de gestion qui serait rentable pour l'industrie.

**Le sénateur Callbeck:** Avez-vous une idée du coût qu'aurait à assumer une petite entreprise vinicole des Maritimes pour atteindre le troisième niveau de la norme?

**M. Presley:** Je vais vous donner quelques exemples des frais à engager. Nous avons réalisé une étude, de concert avec le comité des normes nationales du vin, sur l'établissement d'une fonction d'assurance de la qualité en Nouvelle-Écosse, qui pourrait vraisemblablement desservir l'ensemble des Maritimes. Le coût total de création d'un tel organisme de régie était de l'ordre de 75 000 \$ par an.

The question then is how those costs would be recovered from industry versus government providing those services. That was assuming we did not have infrastructure in place. We are looking hard at that cost to determine whether we can reduce those figures by taking advantage of the Kentville research station's facilities to be able to incrementally reduce those costs to offset the lab analysis requirements. That is the kind of one-time cost we have looked at in terms of setting up the facility.

Other costs associated with putting in place a wine standard are that when we regulate quality assurance wine standards through the Canadian Food Inspection Agency, the CFIA would require that all the establishments that are regulated for quality assurance also meet their food safety requirements. They would require those wineries to be registered food safety establishments.

**Senator Hubley:** I have another question on the smaller model from Prince Edward Island. If a winery does not grow all of its own grapes, are there regulations on how many they can import, or do they import? Is that something that happens often? I was thinking about traceability and the standards they have to use to grow the product. I do not know if it is a common practice for wineries to import a lot of grapes from other parts of the country or other parts of the world.

**Mr. Koestler:** The VQA standard requires that 100 per cent of the grapes be grown in Canada. In addition to VQA certified wines, other wines are made in Canada from a blend of imported and domestic products or just imported. There are no limits on the import of wine-making material. Wineries are free to import grapes or concentrate or juice to make wine, but it will never have a VQA label on it. The VQA standard is for 100 per cent Canadian-grown grapes, and a second-level standard was suggested for regional wine, which would also be 100 per cent Canadian-grown grapes. The top quality wines will be made from Canadian products.

**Senator St. Germain:** In regard to the VQA, is the Canadian Food Inspection Agency involved with the standards, is this done by the wineries themselves, or is it a joint effort?

**Mr. Koestler:** Currently, the VQA standard is enforced through government under provincial government regulations. In Ontario, VQA standards have been established and the enforcement of that has been delegated to an organization that enforces the standards on behalf of the provincial government. A similar situation exists in British Columbia, where the B.C. Wine Institute is enforcing the VQA standard.

In our model for when it becomes a national standard, the VQA will be a federal regulation and authority to enforce will be delegated to provincial governments — presumably the existing bodies that are already in place. We are not looking at creating new federal inspection services. It is a matter of recognizing what is going on already at the provincial level and delegating federal authority, in effect, to the provincial governments.

La question est donc de savoir comment ces frais seraient recouverts de l'industrie s'ils ne sont pas assumés par le gouvernement. Nous tenions pour acquis qu'aucune infrastructure n'était en place. Nous examinons ces frais de très près pour déterminer s'il est possible de les réduire en tirant parti des capacités d'analyse du centre de recherche de Kentville. Cela donne une idée des frais ponctuels à assumer pour établir un tel organisme.

Il y a d'autres frais liés à la mise en place d'une norme pour le vin. Pour que l'Agence canadienne d'inspection des aliments s'occupe des normes d'assurance de la qualité du vin, elle exige que tous les établissements en cause satisfassent également à ses exigences relatives à la salubrité des aliments. Il faut donc que ces établissements soient donc agréés à cet égard.

**Le sénateur Hubley:** J'ai une autre question à poser au sujet des petites entreprises viticoles de l'Île-du-Prince-Édouard. Si une entreprise n'utilise pas exclusivement les raisins qu'elle a elle-même produits, y a-t-il une limite sur le pourcentage de raisin importé? Est-ce là une situation fréquente? Je pense aux questions de traçabilité et aux normes à appliquer au stade de la production. Je ne sais pas s'il est courant pour les entreprises viticoles d'importer une partie de leur raisin d'autres régions du pays ou de l'étranger.

**M. Koestler:** La norme VQA s'applique aux vins tirés de raisins strictement canadiens. À part les vins certifiés VQA, d'autres produits sont faits au Canada à partir de mélanges de raisins locaux et importés ou exclusivement à partir de raisins importés. Aucune limite n'est imposée sur l'importation de la matière première. Les entreprises viticoles sont libres d'importer des raisins, du concentré ou du jus, mais elles ne peuvent pas alors apposer le label VQA, qui est limité au vin fait à 100 p. 100 de raisins canadiens. Le deuxième niveau de la norme, celui des vins régionaux, prévoit également 100 p. 100 de raisins canadiens. Tous les vins de première qualité doivent être faits de produits canadiens.

**Le sénateur St. Germain:** En ce qui concerne la marque VQA, qui est-ce qui s'occupe des normes? Est-ce l'Agence canadienne d'inspection des aliments ou les entreprises viticoles elles-mêmes, ou bien encore s'agit-il d'un effort commun?

**M. Koestler:** En ce moment, la norme VQA est mise en vigueur aux termes de règlements provinciaux. En Ontario, le gouvernement provincial a délégué la mise en vigueur à un organisme. Il en est de même en Colombie-Britannique, où c'est le B.C. Wine Institute qui fait respecter la norme.

Dans notre modèle, la norme nationale ferait l'objet d'une réglementation fédérale qui déléguerait la mise en vigueur aux gouvernements provinciaux, c'est-à-dire, selon toute probabilité, aux organismes qui le font déjà. Nous n'avons pas l'intention de créer de nouveaux services d'inspections fédéraux. Il suffira de reconnaître ce qui se fait déjà au niveau provincial et de déléguer le pouvoir fédéral aux provinces.

**Senator St. Germain:** In respect of the testing and the grading, does the federal government establish the tasting panels? From what I can understand, you do a scientific or chemical analysis of the wines, and then there is a tasting panel. Is this an arm's-length panel away from the wineries?

**Mr. Presley:** Maybe I can start in terms of whether it is a federally appointed panel, and then Mr. Koestler can describe the way that assessment is done.

Provincial wine authorities have established the tasting panels. In Ontario, for example, the VQA wine authority has established the panels; likewise in British Columbia.

Mr. Koestler was describing the role Canadian Food Inspection Agency would play in this. Many of our quality standards, whether for beef grading or something else, tend to designate third parties to do this for them. In the same way, the CFIA would designate these wine authorities to perform this function. The CFIA, before designating them, needs assurances that there is no conflict of interest, commercial or otherwise, and that they have the capabilities and that the training is in place and that the insurance and liability issues have been looked after. Those are some of the conditions that have been established.

**Mr. Koestler:** The taste panel in Ontario, for example, the VQAO, Vintners Quality Alliance of Ontario, is responsible for enforcing the VQA standard. They have a taste panel made up of mainly employees of the Liquor Control Board of Ontario — wine consultants who taste wine every day. These are professional wine tasters. These wines are tasted blind. There is no knowledge of which winery it comes from. They also have programs to educate the wine tasters as to the wine profile for Ontario wines.

There is a similar panel in British Columbia that operates out of the Summerland Research Station of Agriculture and Agri-Food Canada. That tasting panel comprises people who meet the qualifications for having a capability to taste and differentiate wine. These people come from the wine industry, the restaurant industry or the B.C. Liquor Distribution Branch, which is their equivalent liquor board. It is a variety of people, but the common denominator is that they must pass a test and be qualified as tasters.

**Senator St. Germain:** Is the market saturated? What is the projected growth in this industry? Have you any idea of the potential projected growth in the wine industry?

With respect to organic wines, I recently read an article on the Hearst Castle and the estate in California. One of the big issues is that they will sell off these estates for huge dollars for small acreages of so many hectares, and then they will possibly have vineyards on them.

The environmentalists are protesting this projected subdivision process because of concerns related to the herbicides and insecticides used in the production of grapes.

**Le sénateur St. Germain:** En ce qui concerne l'essai et le classement, est-ce que le gouvernement fédéral établit les jurys de dégustation? Si j'ai bien compris, vous faites une analyse scientifique ou chimique des vins, puis vous passez au jury de dégustation. S'agit-il d'un groupe indépendant des entreprises vinicoles?

**M. Presley:** Je vais vous dire s'il s'agit d'un jury désigné par le gouvernement fédéral, puis M. Koestler pourra vous décrire la façon dont l'évaluation est faite.

Ce sont les responsables provinciaux du vin qui établissent les jurys de dégustation. En Ontario, par exemple, l'organisme responsable des vins VQA forme ces jurys. Il en est de même en Colombie-Britannique.

M. Koestler a parlé du rôle de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Beaucoup de nos normes de qualité, que ce soit pour le classement du bœuf ou d'autres produits, sont confiées à des tiers. De la même façon, l'ACIA chargerait les organismes provinciaux de cette fonction. Avant de le faire, l'Agence s'assurerait de l'absence de conflits d'intérêts, de nature commerciale ou autre, vérifierait si ces organismes ont les capacités et les programmes de formation nécessaires et veillerait à ce qu'ils s'occupent des questions d'assurance et de responsabilité. Ce sont les principales conditions qui ont été établies.

**M. Koestler:** En Ontario, par exemple, c'est la Vintners Quality Alliance of Ontario qui est chargée de la mise en vigueur de la norme VQA. L'Alliance a un jury de dégustation formé essentiellement d'employés de la Régie provinciale des alcools. Ce sont des conseillers professionnels qui font tous les jours de la dégustation de vins. Les essais se font en aveugle, les dégustateurs ne connaissant pas d'avance la provenance des vins. L'Alliance a aussi des programmes de formation qui permettent de familiariser les dégustateurs avec le profil des vins ontariens.

Il y a en Colombie-Britannique un jury semblable qui est basé à la station de recherches de Summerland, qui relève d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le jury se compose de personnes ayant les compétences et les capacités nécessaires, qui viennent de l'industrie vinicole, du domaine de la restauration ou de la Direction de distribution des alcools de la province. Ce sont des gens qui appartiennent à différents domaines, mais ils doivent tous réussir à un test de qualification à titre de dégustateurs.

**Le sénateur St. Germain:** Le marché est-il saturé? Quelle est la croissance projetée de l'industrie? Avez-vous une idée de la croissance prévue de ce secteur?

En ce qui concerne les vins organiques, j'ai récemment lu un article au sujet du château Hearst et des domaines de Californie. Il est question, je crois, de vendre ces domaines à des sommes extraordinaires après les avoir découpés en lots de tant d'hectares qui pourraient être transformés en vignobles.

Les écologistes s'opposent à ce projet à cause des quantités d'herbicides et d'insecticides utilisés dans la production de la vigne.

Can you elaborate on organic wines and the environmental impact on an area with huge production of grapes such as the Napa Valley in California and around Oliver, B.C.?

**Mr. Presley:** I will start with the question about market opportunities and how that appears to be growing. Mr. Koestler will respond to the question about organic practises and pesticides.

When we met with people from the Société des alcools du Québec, SAQ, to talk about national wine standards. We discussed their sense of what the opportunities are for the growth of the wine industry in Canada. To listen to the SAQ, you would understand that there has been some quite fantastic growth over the last 10 years, growth that we have not seen in any other food category. It has been quite extraordinary.

Mr. Koestler's comments are important to keep mind: We are facing a highly competitive domestic market. There are many imported products coming in. We will see a tremendous increase in acreage of top-quality grapes around the world from countries such as Chile, South Africa, et cetera. If you are a wine connoisseur in this country the years ahead look good because there will be a tremendous amount of top quality product available to consumers.

We will continue to see an increasing number of Canadians. This might be related to the aging of the Canadian population; you start seeing a decline in beer consumption and an increase in wine consumption as the average age increases. The wine industry has benefited from that.

The trick for us is to work carefully with government and with the Canadian industry to make sure that the market share that is derived from the Canadian industry is commensurate with that growth and that we do not see a declining percentage of that domestic market share as this tremendous competition comes in.

There is a great deal of optimism around the prospects for wine industry in the domestic market.

**The Chairman:** Is anyone making money? Senator St. Germain is a businessman and that is at the root of his question. Can you make a dollar in this business in Canada, as a farmer?

**Mr. Presley:** As a farmer, growing grapes? I should let Mr. Ross respond to that question when he comes because he can talk more about who is making money and who is not, in the wine industry.

Generally speaking, compared with other categories of horticulture, the investment in top-quality grape in the wine industry is translated into a value proposition throughout the whole chain that we do not see in other categories of horticulture to nearly the same degree, so I would say yes.

Pouvez-vous nous parler des vins organiques et des conséquences environnementales dans les régions qui produisent d'énormes quantités de raisins, comme la vallée de Napa en Californie et les environs d'Oliver, en Colombie-Britannique?

**M. Presley:** Je commencerai par les perspectives de marché et la croissance possible. M. Koestler répondra à la question concernant les pratiques organiques et les pesticides.

Lorsque nous avons rencontré les responsables de la Société des alcools du Québec pour parler de normes nationales, nous leur avons demandé leurs impressions quant aux perspectives de croissance de l'industrie vitivinicole au Canada. En écoutant les gens de la SAQ, nous nous sommes rendu compte qu'il y a eu une croissance phénoménale dans les dix dernières années, une croissance sans précédent dans les autres catégories de produits alimentaires. C'est tout à fait extraordinaire.

Il importe de ne pas perdre de vue ce qu'a dit M. Koestler: nous avons un marché intérieur hautement concurrentiel. Beaucoup de produits sont importés. Nous verrons des augmentations très considérables des superficies consacrées aux cépages de grande qualité dans de nombreux pays du monde, comme le Chili, l'Afrique du Sud, et cetera. Si vous êtes un amateur de vin, vous serez vraiment servi dans les prochaines années parce que les consommateurs pourront disposer d'énormes quantités de produits de première qualité.

Le nombre de consommateurs canadiens augmentera. Cela est peut-être attribuable au vieillissement de la population. La consommation de bière commence à baisser tandis que la consommation de vin augmente à mesure que l'âge moyen monte. L'industrie vinicole a profité de cette situation.

Pour nous, le défi consiste à travailler soigneusement avec le gouvernement et l'industrie canadienne pour veiller au maintien de la part du marché de celle-ci à mesure que la consommation augmente. Nous ne devons pas laisser cette part diminuer face à la vive concurrence des vins étrangers.

Nous sommes très optimistes quant aux perspectives de l'industrie vinicole sur le marché intérieur.

**Le président:** Y a-t-il quelqu'un qui réalisera des bénéfices? Le sénateur St. Germain est un homme d'affaires. C'était là l'objet de sa question. Est-il possible pour les agriculteurs de gagner de l'argent dans ce secteur au Canada?

**M. Presley:** En exploitant un vignoble? Je devrais laisser M. Ross répondre à cette question quand il viendra. Il peut vous en dire davantage sur ceux qui réalisent des bénéfices et ceux qui n'en font pas dans l'industrie vinicole.

D'une façon générale, par rapport aux autres catégories de l'horticulture, l'investissement dans des cépages de première qualité se traduit par une bien plus grande valeur tout le long de la chaîne que dans les autres catégories. Je dirai donc que oui, il y a des bénéfices à faire.

**Mr. Koestler:** To add to that question on the profitability, if you wanted to look at some things like land values in the Okanagan Valley and the Niagara Peninsula you would see that somebody must be making money because the price of land has gone up.

**The Chairman:** Yesterday we were told land runs at about \$50,000 an acre.

**Mr. Koestler:** What else can you pay \$50,000 an acre for in agriculture and grow a crop?

In respect of organic wine question, the Department of Agriculture and Agri-Food and the Canadian Food Inspection Agency are working on an organic standard for Canada. That will certainly set a regulatory framework to allow that to develop.

In British Columbia, there has been quite an interest in organic wines. Much of that has to do with climate. It is more feasible to move toward organic agriculture in a drier climate than in a more humid region such as in Ontario, Quebec and or Nova Scotia. It relates to disease pressure. There are agricultural aspects in terms of production of the grapes related to being able to go organic or not.

It is certainly a growing market. Growers are doing their best to take advantage of the increasing interest out there. With standards coming into place, it should be easier to take advantage of.

**Senator Hubley:** My question related to advertising. If you see a beer advertisement on television, you see wonderful parties and great activities.

When you see the wine advertising, it seems to be directed at a different age level. Do you have a comment on that?

**Mr. Koestler:** I cannot comment on the advertising strategies of different companies. Those are commercial advertisements.

**Senator Hubley:** Then I will go to my original question. The export of Canadian wines is small. It is approximately 1.3 per cent of domestic shipments. You have gone over several initiatives today: the work being done in respect of the standards of the VQA; the national wine standards; the promotion of the elite product; the ice wines and so forth. Are there other ways we can increase our Canadian wine consumption outside our borders?

With that, I would like to also mention that imports represent approximately 66 per cent of the domestic market. Where do you think, ideally, the balance should be? Do you think Canadian wines should be able to capture a larger part of that market?

**Mr. Koestler:** I do not know that measuring market share is the only way to measure the success of a sector. There have certainly been some changes in the Canadian wine industry and the shift that is taking place that may not show up in the statistics. Market share has to do with the value of the product.

**M. Koestler:** Pour ajouter à cette question de rentabilité, je dirai qu'en considérant des facteurs tels que le prix de la terre dans la vallée de l'Okanagan et dans la péninsule du Niagara, on constate qu'il y a sûrement des gens qui font de l'argent parce que le prix monte.

**Le président:** On nous a dit hier que les prix se situent à environ 50 000 \$ l'acre.

**M. Koestler:** Dans quel autre domaine agricole paierait-on 50 000 \$ l'acre pour faire pousser une récolte?

Pour ce qui est du vin organique, Agriculture et Agroalimentaire Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments travaillent sur une norme canadienne de produits organiques. Cela permettra de définir un cadre réglementaire pour le développement de ce secteur.

En Colombie-Britannique, les vins organiques suscitent beaucoup d'intérêt. Cela est lié dans une grande mesure au climat. Il est plus facile de passer à l'agriculture organique dans un climat relativement sec que dans des régions plus humides comme l'Ontario, le Québec ou la Nouvelle-Écosse. Il y a un lien avec les maladies. Certains facteurs agricoles liés à la production du raisin permettent ou non de passer aux cultures organiques.

C'est certainement un marché en croissance. Les producteurs font de leur mieux pour exploiter l'intérêt croissant qui existe. Ce sera plus facile une fois que des normes auront été définies.

**Le sénateur Hubley:** Ma question porte sur la publicité. À la télévision, les annonces des brasseries sont pleines de joyeuses célébrations et de grandes activités.

La publicité du vin semble s'adresser à un groupe d'âge différent. Qu'en pensez-vous?

**M. Koestler:** Je n'ai pas d'observations à faire sur la stratégie publicitaire des différentes entreprises. Il s'agit d'annonces commerciales.

**Le sénateur Hubley:** Je reviens donc à ma première question. Les exportations de vins canadiens sont limitées. Elles ne représentent qu'environ 1,3 p. 100 des expéditions intérieures. Vous avez parlé aujourd'hui de plusieurs initiatives: le travail qui se fait sur les normes VQA, les normes nationales du vin, la promotion des produits de première qualité, les vins de glace et ainsi de suite. Y a-t-il d'autres moyens d'augmenter la consommation de vins canadiens à l'étranger?

J'ajouterai que les importations représentent près de 66 p. 100 du marché intérieur. À quel pourcentage devrions-nous aspirer dans une situation idéale? Pensez-vous que les vins canadiens devraient pouvoir accaparer une plus grande part du marché?

**M. Koestler:** Je ne crois pas que la part de marché constitue le seul moyen de mesurer le succès d'un secteur. L'industrie vinicole canadienne a certainement connu quelques changements, mais la transition qui se produit peut bien ne pas se manifester dans les statistiques. La part du marché est liée à la valeur du produit.



As I had mentioned earlier on, Canada may have had a higher share of its domestic market but it was a very low-priced product. With the higher quality product coming into the marketplace under the VQA banner, the market share may be declining but the value of the product is going up. I would suggest that profitability is likely going up.

In respect of market share, it is a matter of moving the Canadian share of that market into the higher value wines where the industry is trending. We will never compete with the low-priced wines from large country suppliers and it is not a part of the market that will be in Canada's long-term interests. It will be more important to take a higher share of the higher-value products in the higher value markets to measure success of targets. If the industry was to set targets, the main focus would be on higher valued wines.

**Senator Hubley:** I think there is always that small cottage industry in small communities that is important to the economy of that particular region. What, as a government, could we do to assist these smaller wineries to come up to that VQA standard?

**Mr. Presley:** I want to emphasize the fact that these quality standards are voluntary standards, notwithstanding the fact that they would be captured in legislation so that if the terms associated with these standards are misused, we can take action. You can continue to be a winery and choose not to comply with these standards. The only restriction is, if you start using terms where there is a lot of investment made by the industry to develop prestige and reputation around ice wine, for example, that you do not use those phrases. It is a voluntary standard.

I spoke to your committee a few months ago about the work we have done with everything from cooperatives to some of the renewal programs we have set up to support training and skills development within the industry. I also mentioned other programming such as the Canadian Adaptation and Rural Development program of the past, which is now being continued in a new form. This program makes resources available to small value-added growers and firms to develop business plans and strategies. These are examples of overall federal and provincial efforts to support the industry and these programs will continue to be important to small wineries wanting to establish a foothold.

**Senator Hubley:** I have a problem. They are voluntary standards, but if the industry is promoting that VQA standard the smaller wineries will not be able to benefit from that because they cannot afford it. It would likely be a financial concern that would prevent them from trying to aspire to the VQA standard.

**Mr. Presley:** I have a contrary view. The more we can do to develop such things as national quality standards, a reputation for the premium category wines, will have a ripple effect through the other categories.

All of the Canadian producers benefit from that reputation. We have seen evidence of that with the experience in Ontario and British Columbia with VQA.

Comme je l'ai mentionné plus tôt, les vins canadiens détenaient peut-être une plus grande part du marché intérieur, mais leur prix était très bas. Grâce aux produits de qualité supérieure qui arrivent sur le marché avec le label VQA, la part du marché baisse peut-être, mais la valeur du produit augmente. À mon avis, il est probable que la rentabilité augmente aussi.

Pour ce qui est de la part du marché, l'objectif est de passer aux vins plus coûteux vers lesquels l'industrie s'oriente. Nous n'essaierons pas de concurrencer les vins bon marché des grands fournisseurs étrangers, car ce n'est pas un secteur du marché qui favorise les intérêts canadiens à long terme. Il est plus important d'accaparer une plus grande part du marché des produits à valeur élevée. C'est en fonction de ce critère qu'on devrait mesurer le succès. Si l'industrie devait se fixer des objectifs, elle concentrerait ses efforts sur les vins d'une valeur élevée.

**Le sénateur Hubley:** Je crois qu'il y aura toujours dans les petites collectivités des industries artisanales ayant une certaine importance pour l'économie locale. Qu'est-ce que le gouvernement devrait faire pour aider les petites entreprises vinicoles à atteindre le niveau de la norme VQA?

**M. Presley:** Je tiens à souligner que ces normes de qualité sont volontaires, en dépit du fait qu'elles pourraient avoir une base législative permettant de prendre des mesures contre ceux qui utiliseraient abusivement le label. Une entreprise vinicole peut poursuivre ses activités sans se conformer à ces normes. La seule restriction, c'est qu'il ne faut pas utiliser certains termes qui ont fait l'objet d'importants investissements de l'industrie en vue d'augmenter le prestige et la réputation de produits tels que le vin de glace. Autrement, l'adoption de la norme est facultative.

Il y a quelques mois, j'ai expliqué à votre comité le travail que nous avons fait, depuis les coopératives jusqu'aux programmes établis pour appuyer la formation et l'acquisition de compétences dans l'industrie. J'ai également mentionné d'autres programmes, comme le Fonds canadien d'adaptation et de développement rural du passé, qui a été repris sous une nouvelle forme. Ce programme met des ressources à la disposition de petits producteurs et de petites entreprises à valeur ajoutée pour les aider à établir des plans et des stratégies d'affaires. Ce sont là des exemples des efforts fédéraux et provinciaux d'aide à l'industrie. Ces programmes continueront à jouer un rôle important pour les petites entreprises vinicoles qui souhaitent se développer.

**Le sénateur Hubley:** Je ne suis pas très convaincue. Ces normes sont facultatives, mais si l'industrie fait la promotion de la norme VQA, les petites entreprises vinicoles n'auront pas la possibilité d'en profiter parce qu'elles n'en ont pas les moyens. Il est probable que des considérations financières les empêcheront d'essayer d'aspirer à la norme VQA.

**M. Presley:** Je ne suis pas de cet avis. Si nous pouvons définir des normes nationales de qualité et nous faire une réputation dans la catégorie des vins de première qualité, cela se répercutera sur les autres catégories.

Tous les producteurs canadiens profiteront de cette réputation. Nous en avons eu la preuve en Ontario et en Colombie-Britannique dans le cas de la norme VQA.

**Senator Lawson:** My experience with the wine industry goes back many years when the provincial government of the day in British Columbia under Premier Bennett decided that our laws in British Columbia were archaic. You are probably too young to remember. We had a ladies and escorts entrance to the beer parlour. A lady could not go to a beer parlour unless she had a male escort. In those days, you did not have a cocktail bar while you were waiting to go into the restaurant. That was the introduction of the plastic sandwiches because you had to eat something.

Premier Bennett decided that he would appoint a Royal Commission to review these archaic laws. He appointed a judge from the interior of British Columbia, a retired Catholic Archbishop and a tea-totalling Teamster — me. The Archbishop said, “Edward, my son, you and I are to write the wine report and it must be authentic. I have had 10 years’ at the Vatican, and I have some experience with wines. Here is my plan. We need to have dinner three or four times a week. I’ll order the wine. You taste it. I’ll drink it. Fair enough?” It seemed fair to me.

During this two-year venture, I tasted a thousand different wines and found that I discovered a taste for German wines. I said, “Your grace, you corrupted me.” He replied, “No, Edward, my son, I introduced you to one of the finer things in life.”

Senator St. Germain and I were there two or three years ago when Senator Fitzpatrick put a \$5 million addition on his superb winery. You are right about quality wines. Cedar Creek Wineries, along with many others in B.C. have won so many medals, that they have been a huge success. I only have positive things to say about it.

I help out with a charity event organized by Peoples Drug Mart. It is a kind of fun event. Why do they go to Kelowna? There are good golf courses, but the real reason is that there are so many good wineries.

This is a credit to the flexibility of your regulations and so on. You talked about tourism and restaurants. Golf courses can compete with the finest hotels. Golf tournaments are combined with a wine tour. Food quality is in competition with all restaurants. This is a huge success from a combination of the flexibility of your rules, the attitude of the department, and the initiative and the innovative things that the wineries have done. It has been a huge success from where we were to where we are today. Whoever is responsible has my congratulations.

I think we need to continue what we are doing. We are now getting recognition everywhere with so many wineries in the interior winning gold medal awards in competition all across the world. We can be very proud of what we have accomplished.

**The Chairman:** Senator Lawson, thank you for those comments. That goes to the heart of what we are trying to do with the study on value-added. You spoke about the multi-

**Le sénateur Lawson:** Mon expérience dans l’industrie du vin remonte fort loin, à l’époque où le gouvernement britannico-colombien de l’époque, dirigé par le premier ministre Bennett, a décidé que les lois provinciales étaient archaïques. Vous êtes sans doute trop jeune pour vous souvenir. Les tavernes avaient une entrée distincte pour les dames. Une dame ne pouvait entrer dans une taverne sans être accompagnée d’un homme. À cette époque, il n’y avait pas de bar pour prendre une consommation en attendant que sa table soit prête au restaurant. C’était aussi l’époque des sandwichs bidons, puisqu’il fallait manger quelque chose pour se faire servir à boire.

Le premier ministre Bennett a décidé de charger une commission royale d’examiner ces lois vétustes. Elle était formée d’un juge de l’intérieur de la Colombie-Britannique, d’un archevêque catholique à la retraite et d’un camionneur partisan de l’abstinence, moi. L’archevêque m’a dit: «Edward, mon fils, vous et moi allons rédiger le rapport sur le vin, et il doit respirer l’authenticité. J’ai passé dix ans au Vatican, et je m’y connais en vins. Voici ce que je propose. Nous allons dîner ensemble trois ou quatre fois par semaine. Je vais commander le vin, vous allez le goûter, et je vais le boire. Cela vous convient»? Cela me convenait.

Pendant cette aventure qui a duré deux ans, j’ai goûté un millier de vins différents, et je me suis découvert un goût pour les vins allemands. J’ai dit: «Votre Grâce, vous m’avez corrompu». Ce à quoi il a répondu: «Non, Edward, mon fils, je vous ai fait connaître une des belles choses de la vie».

Le sénateur St. Germain et moi étions là, il y a deux ou trois ans, lorsque le sénateur Fitzpatrick a inauguré une annexe de 5 millions de dollars à son superbe établissement vinicole. Les Cedar Creek Wineries, ainsi que bien d’autres entreprises de la Colombie-Britannique, ont remporté un si grand nombre de médailles qu’on peut dire qu’elles ont connu un succès retentissant. Je n’ai que du bien à dire de cette industrie.

Je donne un coup de main pour une activité de bienfaisance organisée par Peoples Drug Mart. C’est une activité plutôt amusante. Pourquoi les organisateurs choisissent-ils Kelowna? Parce qu’il y a de beaux terrains de golf, bien sûr, mais la vraie raison, c’est qu’il y a beaucoup de bons établissements vinicoles.

Cela en dit long sur la souplesse de votre réglementation, et cetera. Vous avez parlé de tourisme et de restaurants. Les terrains de golf peuvent concurrencer les meilleurs hôtels. Les tournois de golf sont associés à une tournée des vins. La cuisine peut affronter la concurrence de tous les restaurants. Le succès est énorme grâce à la fois à la souplesse de vos règles, à l’attitude de votre ministère et aux innovations des entreprises vinicoles. Les progrès accomplis constituent un énorme succès. Félicitations à ceux à qui nous le devons.

J’estime que nous devons poursuivre dans la même voie. Nous obtenons une reconnaissance un peu partout, et les entreprises vinicoles de l’intérieur de la province remportent des médailles d’or aux quatre coins du monde. Nous pouvons être très fiers de ce que nous avons accompli.

**Le président:** Sénateur Lawson, merci de ces observations. Elles se rapportent directement à ce que nous essayons de faire dans l’étude sur les produits à valeur ajoutée. Vous avez parlé de

functionality and the value-added component of something like a single grape. It is tremendous what it has done for Canada and for farmers.

**Senator Tkachuk:** Some 20 years ago, the wineries were saying that because of free trade they were not going to be able to succeed. They have succeeded quite well.

It bothers me that we would have free trade impediments in the provinces. You mentioned Alberta. Do all of the provinces have one buyer? Do they all buy through a central liquor board? Is that the way it all works? Which provinces are the worst for having impediments that restrict the free flow of wine products?

I notice that in my Province of Saskatchewan it is tough to get a good wine selection.

**Mr. Koestler:** The Province of Alberta has a unique liquor sales system. In that province, the retail sale of alcoholic beverages has been privatized. No longer do you have one single buyer; you have many buyers. Individual stores can buy wine.

It all must come through the province of Alberta. However, the Alberta government does not buy alcoholic beverages.

**Senator Tkachuk:** When you drive up by Banff-Canmore, there are a couple of fabulous wine stores. That person who owns those stores makes the buying decision, but then the purchase goes through the central agency. Is that how it would work?

**Mr. Koestler:** Exactly. That has been a good market opportunity for some of the smaller wineries, in particular. They can go to individual stores or restaurants and sell one case or five cases of wine. They can sell very small lots because they are dealing with individual stores and restaurants.

In other provinces, the agency delegated by the provincial government, such as the Liquor Control Board of Ontario, makes the purchase decisions.

**Senator Tkachuk:** They do not list everybody. They just list what they want to list or maybe those who are nice to their party. Is that correct?

**Mr. Koestler:** Their listing decisions are normally based on commercial considerations. It is a matter of having to sell the wine. These wine monopolies are in the business to sell wine. There is only so much room on the shelf. Not everyone gets on the shelf. There are different reasons for that. Fundamentally, they are operating on commercial bases.

**Senator Tkachuk:** Some wine stores are owned by wineries in Ontario. Correct? Do they sell only their wines or can they sell all VQA wines? Can they sell wines from anywhere in Canada out of that wine store?

**Mr. Koestler:** There are a limited number of private wine stores in Ontario that are owned by individual wineries. They can only sell wines that they produce within the province.

multifonctionnalité et de la valeur ajoutée dans les produits, à partir d'un simple grain de raisin. Le résultat, pour le Canada et pour les producteurs, est phénoménal

**Le sénateur Tkachuk:** Il y a une vingtaine d'années, les entreprises vinicoles craignaient de ne pouvoir réussir à cause du libre-échange. Or, elles se sont fort bien tirées d'affaire.

Les obstacles au libre-échange entre les provinces m'ennuient. Vous avez parlé de l'Alberta. Est-ce qu'il y a un acheteur unique dans toutes les provinces? Les achats passent-ils tous par une société centrale des alcools? Est-ce ainsi que tout fonctionne? Quelles provinces sont les pires, sur le plan des obstacles qui entravent le libre commerce des produits vinicoles?

Je remarque que dans ma province, la Saskatchewan, il est difficile d'avoir un bon choix de vins.

**M. Koestler:** L'Alberta a un système de vente des alcools unique en son genre. Dans cette province, la vente des boissons alcoolisées a été privatisée. Il n'est plus nécessaire d'avoir un acheteur unique. Les acheteurs sont multiples. Chaque magasin peut acheter du vin.

Tout doit passer par la province, mais le gouvernement de l'Alberta n'achète pas de boissons alcoolisées.

**Le sénateur Tkachuk:** Près de Banff-Canmore, il y a un ou deux marchands de vin qui sont fabuleux. C'est le propriétaire qui décide des achats, mais les achats doivent transiter par l'organisme central. C'est bien ce qui se passe?

**M. Koestler:** Exactement. Cela a donné de bons débouchés à des petites entreprises vinicoles, notamment. Elles peuvent s'adresser à des commerçants ou à des restaurants et leur vendre d'une à cinq caisses de vin. Elles peuvent vendre des lots très minimes, puisqu'elles traitent avec des commerces et des restaurants individuels.

Dans d'autres provinces, l'organisme délégué par le gouvernement provincial, comme la Régie des alcools de l'Ontario, choisit les produits à acheter.

**Le sénateur Tkachuk:** Tous les producteurs ne sont pas inscrits sur les listes. L'organisme retient les producteurs qu'il veut bien choisir ou qui sont aimables avec le parti. C'est bien cela?

**M. Koestler:** Le choix des producteurs se fait normalement d'après des considérations commerciales. Il s'agit de vendre du vin. Les monopoles du vin cherchent à vendre du vin. L'espace sur les tablettes est limité. Tous les producteurs n'arrivent pas à s'y faire une place. Cela s'explique par diverses raisons. Essentiellement, le comportement est dicté par les considérations commerciales.

**Le sénateur Tkachuk:** En Ontario, certaines entreprises vinicoles ont leurs magasins, n'est-ce pas? Est-ce qu'elles vendent seulement leurs propres vins ou bien peuvent-elles vendre tous les vins VQA? Ces magasins peuvent-ils vendre les vins d'un peu partout au Canada?

**M. Koestler:** Il n'y a en Ontario qu'un nombre limité de commerces de vin appartenant à des entreprises vinicoles, et ils ne peuvent vendre que des vins produits dans la province.

**Senator Tkachuk:** It is difficult for a small winery starting up in Ontario, British Columbia, P.E.I. or wherever. The owner must go to all of these provincial authorities to try to get his or her wine listed, is that right? Do they charge for shelf space like Safeway does? Can they buy shelf space so they can intrude on somebody else's market?

**Mr. Koestler:** Each liquor board operates with different practices. I do not know them all. However, normally a winery's first point of sale is at the winery itself. For smaller wineries, that is their main source of sales. You can only sell so much to people visiting the winery. Once you reach a certain level, you have to enter into distribution. When dealing with large buyers, there are volume considerations and being able to supply.

There are many different factors related to whether you get listed, and into how many provinces you can afford to list and the marketing dollars associated with that. Just to be listed in a store does not mean that the wine will sell. If you do not have a marketing program for that product, you will not stay there very long. There are many factors.

**Senator Lawson:** You are right in what you say about the farm gate sale. I believe there is a limit as to what the market can be when you sell to the liquor store, and you are allowed a higher markup at farm gate sales. That is very important to those wineries.

There is another thing that should not be overlooked. You made a casual mention about Alberta privatizing their liquor stores. The jury is still out on whether that was a good or bad idea. When they started out, they had 400 outlets and they had civil servants working in the liquor stores, getting wages and fringe benefits. When they finished, there were thousands of operators that are mom-and-pop operations or they are operating non-union with minimum wage.

I know the B.C. government decided that was a wonderful idea. They started with the program last year, got half-way through and stopped after they were able to put enough pressure on the unions to renegotiate some of their contracts, fringe benefits and so on. Part of that this trend that is out there about off-shoring and doing all these kind of things, you can break these contracts, so we will have the whole country on minimum wage and nobody left to pay the taxes.

**Senator Tkachuk:** These mom-and-pop operations are all in Alberta. There are many of them. Those people are making pretty darn good money in those places, where before they were prevented from competing in the marketplaces.

**Senator Lawson:** Some of them are. You should measure the bankruptcy rates.

**Le sénateur Tkachuk:** Une petite entreprise vinicole qui débute en Ontario, en Colombie-Britannique, à l'Île-du-Prince-Édouard ou ailleurs n'a pas la tâche facile. Le propriétaire doit s'adresser à toutes les autorités provinciales pour faire inscrire ses vins sur les listes, n'est-ce pas? Est-ce qu'il y a des frais pour obtenir un espace de présentation, comme chez Safeway? Est-il possible d'acheter de l'espace pour s'implanter sur le marché de quelqu'un d'autre?

**M. Koestler:** Chaque régie des alcools a ses pratiques propres, et je ne les connais pas toutes, mais normalement, le premier point de vente de l'entreprise vinicole est l'entreprise elle-même. Pour les petites entreprises, c'est le principal point de vente. Mais on ne peut vendre qu'un certain volume aux visiteurs. Une fois qu'on atteint un certain niveau, il faut s'introduire dans les réseaux de distribution. Quand on traite avec de gros acheteurs, il faut pouvoir offrir un certain volume et assurer l'approvisionnement.

Bien des facteurs interviennent dans la décision d'inscrire un producteur sur la liste ou non, dans la décision sur le nombre de provinces où on a les moyens de se faire inscrire et sur le montant à affecter à la commercialisation en conséquence. Et ce n'est pas parce qu'un vin est offert dans un magasin qu'il se vend. Si un produit n'est pas soutenu par un programme de commercialisation, il ne peut pas se maintenir très longtemps. Les facteurs sont nombreux.

**Le sénateur Lawson:** Vous avez raison, à propos de la vente dans l'entreprise même. Je crois qu'il y a une limite à ce que le marché peut offrir lorsqu'on vend à une régie des alcools, et il y a une meilleure marge bénéficiaire dans les ventes sur les lieux de l'exploitation même. C'est très important pour ces entreprises vinicoles.

Il y a un autre élément à ne pas négliger. Vous avez signalé au passage la privatisation des points de vente en Alberta. Il n'est pas encore évident que l'idée soit bonne ou mauvaise. Au départ, il y avait 400 points de vente, et les membres du personnel étaient des fonctionnaires qui touchaient un bon salaire et avaient des avantages sociaux. En bout de course, il y avait des milliers de commerces qui sont des petites entreprises familiales et où le personnel n'est pas syndiqué et touche le salaire minimum.

Je sais que le gouvernement de la Colombie-Britannique a trouvé l'idée excellente. Il a commencé à appliquer un programme semblable l'an dernier, qu'il l'a réalisé à moitié et qu'il s'est arrêté après avoir mis suffisamment de pression sur les syndicats pour qu'ils renégocient des conventions, des avantages sociaux, et cetera. Une partie de la tendance au recours au travail à l'étranger ou à toutes sortes d'autres mesures s'explique par le fait qu'on peut rompre les contrats. Tout le monde sera ramené au salaire minimum et plus personne ne paiera d'impôts.

**Le sénateur Tkachuk:** On retrouve ces commerces familiaux un peu partout en Alberta. Il y en a une multitude. Ils font du bel argent alors que, auparavant, ils ne pouvaient pas livrer concurrence.

**Le sénateur Lawson:** C'est vrai pour certains, mais il faudrait voir les taux de faillite.

**Senator Tkachuk:** It is up and down, that is fair enough. We have monopolies. We have a monopoly in Saskatchewan. That does not mean it is a better quality store. It is not.

**The Chairman:** Mr. Koestler, you have started a great debate here. Unfortunately, we are 15 minutes over your time. On behalf of the committee, thank you very much for this excellent advice and information you have given us. We will add it to others that we have gathered. It is deeply appreciated.

Honourable senators, I am delighted to welcome Mr. Bill Ross, who is the president of the Canadian Vintners Association, to join us

**Mr. Bill Ross, President, Canadian Vintners Association:** Honourable senators, on behalf of my board and our members, I would like to thank this committee for allowing the Canadian Vintners Association to make a presentation. We believe that your review of value-added issues as they affect the Canadian agri-food industry is timely and we are hopeful that, in the end, it will result in some excellent results.

The Canadian Vintners Association is a national association of grape-based wineries and their associations. We have direct or indirect members of about 100 wineries, representing about 90 per cent of Canadian wine production.

We are a highly value-added agriculture sector. We do not ask a lot of the federal government, but we do get good cooperation. I would say that Mr. Presley, Mr. Koestler and Ms. Gail Smith, who are all here from Agriculture and Agri-Food Canada, give us tremendous support. We have no complaints, only kudos, for their work on our behalf.

As you will see from my brief, I would ask your support that the federal government tax us less and that it modify some policies and procedures that may be outdated, and that would tend to negatively affect our value-added success.

The Canadian wine sector comprises more than 200 operating companies. Grape acreage has gone up to about 20,000 acres. That has virtually doubled in the last few years. We account for in the order of 10,000 direct and indirect jobs and perhaps \$350 million in tourism revenues. We are reviewing that. We think it is higher.

At the retail level, Canadian wine sales are worth about \$1.1 billion. Of that, about \$125 million goes to the federal coffers in GST and excise taxes, and another \$600 million or so goes into the provinces in liquor board markups and provincial taxation.

**Le sénateur Tkachuk:** Il fluctue, c'est vrai. Nous avons des monopoles. Il y a un monopole en Saskatchewan. Cela ne veut pas dire que la qualité est supérieure. Ce n'est pas le cas.

**Le président:** Monsieur Koestler, vous avez déclenché là un beau débat. Malheureusement, nous avons dépassé de 15 minutes la période qui vous était réservée. Au nom du comité, je vous remercie beaucoup de vos excellents conseils et des renseignements que vous nous avez communiqués. Ils iront s'ajouter à tous les autres que nous avons reçus. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Honorables sénateurs, je suis très heureux d'inviter M. Bill Ross, président de l'Association des viticultures du Canada, à se joindre à nous.

**M. Bill Ross, président, Association des viticultures du Canada:** Honorables sénateurs, au nom de mon conseil d'administration et de nos membres, je remercie le comité d'avoir permis à l'Association des viticultures du Canada de présenter un exposé. Il nous semble que votre étude des questions de valeur ajoutée qui touchent l'industrie agroalimentaire canadienne arrive à point nommé et nous espérons que, au bout du compte, elle donnera d'excellents résultats.

L'Association des viticultures du Canada est une association nationale qui regroupe des entreprises viticoles et leurs associations. Une centaine d'entreprises viticoles font ainsi partie, directement ou indirectement, de notre association, et nous représentons ainsi environ 90 p. 100 du secteur viticole au Canada.

Nous sommes un secteur agricole à forte valeur ajoutée. Nous ne demandons pas énormément de choses au gouvernement fédéral, mais nous obtenons une excellente coopération. Je dirais que MM. Presley et Koestler et Mme Gail Smith, qui représentent tous ici Agriculture et Agroalimentaire Canada, nous accordent un soutien hors de l'ordinaire. Nous n'avons aucune plainte à formuler, seulement des remerciements à leur faire pour le travail qu'ils font pour nous.

Comme vous le constaterez à la lecture de mon mémoire, je vais demander votre appui pour que le gouvernement fédéral allège ses ponctions fiscales et modifie certaines de ses politiques et méthodes qui sont peut-être dépassées et qui tendent à nuire à la réussite de notre production à valeur ajoutée.

Le secteur viticole du Canada compte plus de 200 entreprises. La superficie des vignobles a augmenté et est aujourd'hui d'environ 20 000 acres. Elle a presque doublé au cours des dernières années. Le secteur génère 10 000 emplois directs et indirects et il a des retombées touristiques de l'ordre de 350 millions de dollars. Nous sommes en train de revoir ces chiffres, qui doivent être aujourd'hui plus élevés.

Dans le commerce de détail, les ventes de vin canadien s'élèvent à environ 1,1 milliard de dollars. Là-dessus, environ 125 millions de dollars se retrouvent dans les coffres du gouvernement fédéral par le truchement de la TPS et de la taxe d'accise, et 600 millions reviennent aux provinces: marge bénéficiaire des sociétés des alcools et taxes provinciales.

Exports, as we heard before, are not a large factor. The figure that I think one of the senators gave — at 1.3 per cent of domestic sales — is probably correct, but we export VQA wine. Our VQA wine production is about 10 per cent of shipments. It is more like 13 per cent of our VQA wine sales.

I would like to put a domestic policy framework in an international environment and then show you the uneven playing field that we feel that we are operating in, before giving some recommendations.

On the domestic scene, we feel we are the poster child — and I think Agriculture and Agri-Food Canada largely agrees that we are at least a poster child — for the agriculture policy framework. We are a high value-added industry. We produce a high value product. We start with a grape planted in the ground, nurture it, harvest it, and end up with a \$20, \$30 or \$40 bottle of wine on the table.

All of our members are farmers. They plant grapes. We use advanced technology. We lever tremendous tourism and technology dollars. We produce a safe, environmentally friendly product. We essentially play to all of the tenets, if you will, of the agriculture policy framework. The one exception is that we are not large drawers of business risk management, which is a term used to pass dollars to the farmers from the government. The only direct compensation from the government has been in the context of normal crop insurance and related programs.

We have suffered, as you know, through fires in British Columbia. One of my directors lost his winery. We continue to suffer damages by the Asian ladybug, which has caused our industry in Ontario to destroy or downgrade in excess of 1 million litres of wine. The Asian lady beetle gets into the grape. The wine made from those grapes has a tainted taste, therefore it is necessary to destroy the wine. As the grapes were accepted for wine production, there was no crop insurance. Yet, the end product was useless. There is no compensation in any way. We are looking at that and working with the Agriculture Canada to get better research.

We have had two terrible winters. The Canadian wine crop in Ontario was down 50 per cent last year in production. If that happened in wheat or barley, it would be all over the front pages of the newspapers.

**The Chairman:** Why was production down?

**Mr. Ross:** It was the weather. We had a very cold January and February both in 2003 and this year. Last year there was frost in April of last year after bud break. The Niagara area has had two of the worst winters in about 15 years.

Internationally, we do not have significant import protection. The import protection is 3.74 cents a litre. Win suppliers to Canada, such as Chile or the U.S.A., do not pay that tariff. In

Comme il a déjà été dit, les exportations sont négligeables. Un sénateur a avancé le chiffre de 1,3 p. 100 des ventes intérieures, je crois, ce qui est sans doute exact, mais nous exportons des vins VQA. Cette catégorie de vin représente environ 10 p. 100 des livraisons. Il est plus probable que la proportion est d'environ 13 p. 100 de nos ventes de vins VQA.

Je voudrais situer le cadre de la politique intérieure dans un contexte international pour montrer ensuite, avant de formuler quelques recommandations, que les règles ne sont pas les mêmes pour tous et jouent à notre désavantage, nous semble-t-il.

Sur le plan intérieur, nous estimons être un secteur qu'on aime à mettre en évidence — Agriculture et Agroalimentaire Canada sera en grande partie d'accord pour dire que nous sommes au moins cela, un secteur qui présente bien — pour illustrer le Cadre stratégique pour l'agriculture. Nous avons une production à forte valeur ajoutée. Notre produit est de valeur élevée. Nous commençons par planter la vigne, nous la cultivons, nous récoltons les raisins, et nous obtenons une bouteille de vin qui se détaille à 20 \$, 30 \$ ou 40 \$.

Tous nos membres sont des agriculteurs. Ils plantent des vignes. Ils emploient une technologie de pointe. Notre secteur a de très fortes retombées en tourisme et en technologie. Notre produit est sûr et notre production est respectueuse de l'environnement. Essentiellement, nous répondons à tous les principes du Cadre stratégique pour l'agriculture. Il y a toutefois une exception: la gestion des risques opérationnels. C'est ainsi qu'on désigne l'aide de l'État aux agriculteurs. La seule indemnisation reçue du gouvernement est celle qui est prévue par les programmes ordinaires d'assurance-récolte et les programmes connexes.

Comme vous le savez, les incendies de forêt de la Colombie-Britannique ont nui à notre secteur. L'un de mes administrateurs a perdu son établissement vinicole. Nous subissons toujours les effets de l'infestation de coccinelles asiatiques, qui a obligé notre industrie en Ontario à détruire ou à déclasser plus d'un million de litres de vin. La coccinelle asiatique pénètre les grains de raisin, et le vin qui en est ensuite tiré n'a pas bon goût. Il faut donc le détruire. Comme les raisins ont été acceptés pour la production de vin, il n'y a pas eu d'indemnisation par l'assurance-récolte. Pourtant, le produit fini était inutilisable. Il n'y a aucune indemnisation. Nous étudions le problème et nous cherchons avec Agriculture Canada à améliorer les recherches.

Nous avons eu deux hivers extrêmement rigoureux. La production ontarienne a diminué de 50 p. 100 l'an dernier. Si la même chose se produisait dans la culture du blé ou de l'orge, la nouvelle ferait la une de tous les journaux.

**Le président:** Pourquoi la production a-t-elle diminué?

**M. Ross:** À cause du temps. Il a fait très froid en janvier et février 2003 et 2004. L'an dernier, il y a eu du gel en avril après une infestation d'insectes. La région de Niagara a connu ses deux pires hivers en une quinzaine d'années.

Sur le plan international, nous n'avons aucune protection appréciable contre les importations. Notre protection représente 3,74 cents le litre. Des fournisseurs de vin du Canada comme le

total, there is about \$6 million in import protection resulting from tariffs. We expect that that might be negotiated away during the Doha trade round.

I recently returned from Brussels. The European Union subsidizes its grape and wine industry in excess of Can. \$3 billion annually. That is just the European Union out of Brussels. The individual countries and regional municipalities also provide extensive subsidies — some have said that those subsidies amount to double the \$3 billion. We are dealing with very significant subsidies in Europe. In the U.S.A. and Australia, the subsidies are less but they are well-heeled, very aggressive exporters, as you have seen. You just have to go to the LCBO and look around. That is a difficult thing for us.

Furthermore, there is an excise tax break in many countries. In European countries, the excise break is an underpinning. In Canada, a tax of 51.2 cents per litre must be paid as soon as the wine is packaged and out of the excise warehouse. In countries such as Germany, Greece and Austria, there is no tax at all. We have a level playing field if we export to Germany. However, in those countries there is not an extraction of \$50 million out of the industry before the wine is even sold. They have that advantage. In the U.S.A, there is a preference. That is, the U.S. producers do not pay excise at all. Whereas if we export to California, they pay excise. If they are competing against anyone their same size or even larger, they do not pay excise if they are from the U.S.A. In Australia, there is a rebate system state-wide and federally in which they get a rebate on excise for lower productions. It is a difficult environment.

Domestically, we are heavily taxed and not heavily protected or subsidized. Internationally, many of our larger competitors have an advantage either through policy or subsidized dollars. We feel that we are operating on an uneven playing field. This weekend, when you sit down to dinner with friends, look at your table and your menu. The only thing on that table — unless you are drinking coke and eating candies — that has GST is the wine. The only thing subject to excise is the wine. The butter, milk, ice cream, cheese, chicken, turkey and eggs all benefit supply management and significant tariffs as high as 350 per cent. We do not have that.

We are not asking for that. We are pointing out that there is a difference in policy whereby we as farmers are being treated differently from other farmers. The fish producers have benefited from significant adjustment programs. I know that the federal government just wrote a multi-million dollar cheque to the Wheat Board for a shortfall. I used to be the director general of grain marketing at Agriculture Canada. I know what happens on the Prairies.

Chili ou les États-Unis n'ont pas à payer ces droits. Au total, la protection tarifaire contre les importations s'élève à environ 6 millions de dollars. Et nous prévoyons que cette protection sera sacrifiée pendant les négociations commerciales de Doha.

Je rentre de Bruxelles. L'Union européenne subventionne son secteur viticole et vinicole à hauteur de 3 milliards de dollars par année. Ce ne sont là que les subventions accordées par Bruxelles pour le compte de l'Union européenne. Les différents pays et municipalités régionales offrent également d'importantes subventions. Il semblerait que ces subventions doublent les subventions de 3 milliards. Il y a donc de très importantes subventions en Europe. Aux États-Unis et en Australie, les subventions sont plus modestes, mais ce sont des exportateurs bien établis et très déterminés, comme vous l'avez constaté. Il vous suffit de passer à la RAO et de regarder. Nous n'avons pas la partie facile.

De plus, beaucoup de pays allègent la taxe d'accise. Dans les pays européens, cet allègement est un élément fondamental. Au Canada, une taxe de 51,2 cents le litre doit être acquittée dès que le vin est embouteillé et quitte l'entrepôt d'accise. Dans des pays comme l'Allemagne, la Grèce et l'Autriche, il n'y a aucune taxe. Pour les exportations vers l'Allemagne, les règles du jeu sont égales, mais dans ces pays, on n'arrache pas 50 millions de dollars à l'industrie avant même que le vin ne soit vendu. Les étrangers ont cet avantage. Aux États-Unis, il y a une préférence. Les producteurs américains ne paient aucune taxe d'accise. Si nous exportons en Californie, il faut payer la taxe d'accise. S'ils concurrencent des producteurs de même taille ou plus grands, ils ne paient pas la taxe d'accise, si ce sont des producteurs américains. En Australie, il existe un système de dégrèvement au niveau des États et des autorités fédérales. Il y a remboursement de la taxe d'accise pour les petites productions. Le contexte est difficile.

Au Canada, nous sommes lourdement imposés, mais nous n'avons pas une protection ou des subventions généreuses. À l'étranger, un grand nombre de nos concurrents les plus importants sont avantagés par la politique ou les subventions. Nous estimons que les règles du jeu sont injustes. Le week-end prochain, en prenant place à table pour dîner avec des amis, regardez la table et le menu. À moins que vous ne buviez du Coke et ne mangiez des bonbons, le seul produit sur la table qui est touché par la TPS est le vin. Le seul produit frappé par la taxe d'accise est le vin. Pour le beurre, le lait, la glace, le fromage, le poulet, la dinde et les œufs, il y a un régime de gestion de l'offre et une importante protection tarifaire qui peut aller jusqu'à 350 p. 100. Nous n'avons rien de tout cela.

Nous n'en demandons pas tant. Nous signalons qu'il existe une différence de politique et que tous les agriculteurs ne sont pas traités de la même manière. Le secteur de la pêche a eu droit à d'importants programmes de rajustement. Je sais que le gouvernement fédéral vient de faire un chèque de plusieurs millions de dollars à la Commission canadienne du blé pour combler un manque à gagner. J'ai été directeur général de la commercialisation du grain à Agriculture Canada. Je sais ce qui se passe dans les Prairies.

I am not complaining about this. I am merely saying that on your dinner table the wine is the heavily taxed item — the “net payer” into the federal coffers. Many of the other items are “net drawers” from the tax. That is why we feel our playing field is not level.

We have some recommendations. The first you may have heard from Tony Stewart. We would like a reduction in the excise tax. It currently stands at 51.2 cents a litre. We would like that to be eliminated for production of 100 per cent Canadian wine. We are not talking about the blends. We would like it eliminated for up to 500,000 litres. It should be phased in so that it reaches 51.2 cents a litre by the time you hit 900,000 litres.

Those numbers are based on the U.S. model. We thought it would be safer given NAFTA and other agreements if we based it on a model that exists. Our position has been that that money would be retained in the industry. The board of directors of the Canadian Vintners Association has unanimously agreed that if we get a reduction, we would levy an amount on the producers so that we would have a pool of funds with which we could promote the industry. That pool would probably obviate the next request on domestic market support, for example, because we would have another source of funding.

There is also a question of whether this savings would flow to consumers. Our position is that because there are a lot of people who are anti-alcohol and anti-drink, and because of what we have seen in the tobacco industry, we will not use this to reduce the cost to consumers. We could achieve this as a subsidy, but it is not really a subsidy. We have tremendous cost pressures by the Europeans. There are better ways to use this money within the system. It would assist individual wineries that have cash flow problems. We would set up some levying for the excise.

As you know, senator, we received strong support from the House of Commons committee when we appeared there. Both the Liberal party and the Parti Québécois offered support. At that time, the Conservative Party told me of their support off the record.

**The Chairman:** Did they make a formal recommendation as a committee?

**Mr. Ross:** The political situation changed such that I had a letter from the then Chair saying that while they had gone through this process and heard from about 500 witnesses, they had backed down because of the change in government.

On the record, the representatives from the Liberal Party and the Parti Québécois are on the record as supporting our request. I understand that it was stood down when Mr. Martin made the changes.

Je ne me plains pas. Je dis simplement que, sur la table, le vin est le produit lourdement taxé C celui qui est d'un apport net pour le Trésor fédéral. Bien d'autres produits sont des bénéficiaires nets. C'est pourquoi nous estimons que les règles du jeu ne sont pas les mêmes pour tous.

Nous avons des recommandations à formuler. Tony Stewart vous a peut-être déjà parlé de la première. Nous souhaitons une réduction de la taxe d'accise. Elle est actuellement de 51,2 cents le litre. Nous voudrions qu'elle soit éliminée pour le vin produit intégralement au Canada. Nous ne parlons pas des mélanges. Nous voudrions qu'elle soit éliminée sur le premier demi-million de litres et que son taux augmente ensuite progressivement pour s'établir à 51,2 cents le litre lorsqu'on atteint 900 000 litres.

Ces chiffres sont fondés sur le modèle américain. Il nous a semblé plus sûr de nous appuyer sur un modèle existant, étant donné l'ALENA et les autres accords commerciaux qui existent. Nous estimons que cet argent devrait rester dans l'industrie. Le conseil d'administration des vignerons du Canada a convenu à l'unanimité que, si nous obtenions une réduction de la taxe, nous imposerions un prélèvement aux producteurs pour réunir des fonds en vue de faire la promotion de l'industrie. Cette réserve de fonds nous éviterait probablement de demander de nouveau un soutien sur le marché intérieur, par exemple, parce que nous aurions une autre source de fonds.

Il faut aussi se demander si cette économie sera répercutée sur les consommateurs. Notre position, c'est que bien des gens s'opposent à la consommation d'alcool et que, étant donné ce que nous avons vu dans l'industrie du tabac, nous ne profiterons pas de cette économie pour réduire les prix. Nous pourrions parvenir aux mêmes fins par une subvention, mais il ne s'agit pas vraiment d'une subvention. Les Européens exercent des pressions redoutables sur les coûts. Il y a de meilleurs moyens d'utiliser cet argent dans le système. Cela aiderait les entreprises vinicoles qui ont des problèmes de liquidités. Nous nous donnerions une marge de manœuvre grâce à la diminution du prélèvement de l'accise.

Comme vous le savez, sénateur, nous avons obtenu des solides appuis au comité de la Chambre des communes où nous avons comparu. Le Parti libéral et le Bloc québécois ont donné leur soutien. Le Parti conservateur m'a dit de façon officielle qu'il me donnait aussi son appui.

**Le président:** Le comité a-t-il fait une recommandation officielle?

**M. Ross:** La situation politique a changé, et j'ai reçu une lettre de l'ancien président me disant que, après tout ce processus, après l'audition d'environ 500 témoins, il avait fallu faire marche arrière à cause du changement de gouvernement.

Les représentants du Parti libéral et du Bloc québécois ont déclaré officiellement qu'ils appuyaient notre demande. Je crois comprendre que tout s'est arrêté lorsque M. Martin a apporté des changements.



In respect of domestic marketing support, there was a program — which ended, as luck would have it, just as I came on board with the wine industry. The \$4.5-million Canadian Wine Market Development Program was set up to help the Canadian wine industry adjust to the FTA and the great pullout program.

The irony was that we pulled out — as you heard from officials earlier — one-third of the grapes in Ontario and two-thirds of the grapes in B.C. It takes three to five years to reap the first crop after replanting. It would be a small harvest. In addition, we had little home-grown wine and we had a market development program with the funding to spend. Now, we have much more wine but we do not have the funding.

It would fit within the agriculture policy framework but Mr. Presley says that he can find neither a good fit nor a bureaucratic will strong enough to go forward with renewing the program. We think it fits perfectly and that it does not have to be as large or as lengthy, but we would like a commitment from Agriculture and Agri-Food Canada to give us the opportunity to get a leg up on these tremendously highly subsidized European wines and aggressively promoted American, Australian, South American and South African wines.

For some reason, I was not looking when someone decided that I would chair the National Wine Standards meeting. It comprises a large group of industry stakeholders and we are making good progress, with tremendous support from Agriculture and Agri-Food Canada. As we go through this, the chance of our gaining national consensus is threatened by a number of things, including cost. There were questions earlier on the associated costs for the small winery. There are registration and on-going costs that are causing the small wineries to yell foul against and they would have difficulty with those.

We would ask this committee to consider supporting our request to Agriculture and Agri-Food Canada that within the agricultural policy framework, they find some funds that might be applied to at least either waiving or reimbursing the cost of CFIA registration and CFIA fee-for-service and user costs. The costs are about \$2,000 per winery, with an additional \$300-\$1,000 per year, although CFIA is unclear on that. For 50 small wineries, it would be \$100,000, which is not a great deal of money.

With respect to food and drug regulations, we have intransigence at Health Canada. It has approved some additives in 1995 but has yet to gazette them despite our pressures. The cost of adding new items to the food and drug regulations has become

Quant au soutien à la commercialisation sur le marché canadien, il y avait un programme, mais il a pris fin, la chance aidant, lorsque j'ai commencé à m'occuper de l'industrie vinicole. Le Programme de promotion du marché du vin canadien, doté de 4,5 millions de dollars, a été mis sur pied pour aider l'industrie canadienne du vin à s'adapter à l'Accord de libre-échange et au grand programme de remplacement des vignes.

Paradoxalement, comme des fonctionnaires l'ont dit tout à l'heure, ce programme est arrivé à un moment où nous avons arraché le tiers des vignes en Ontario et les deux tiers en Colombie-Britannique. Il faut attendre de trois à cinq ans pour avoir une première récolte après avoir replanté. Et la première récolte est maigre. Nous avons peu de vin produit au Canada, mais nous avons un programme de développement du marché avec des ressources à y consacrer. Aujourd'hui, nous avons beaucoup plus de vin, mais nous n'avons plus de fonds.

Ce programme aurait sa place dans le Cadre stratégique pour l'agriculture, mais M. Presley dit qu'il ne peut trouver ni une bonne correspondance ni une volonté bureaucratique assez forte pour tenter de renouveler le programme. Nous croyons que ce programme s'harmonise parfaitement au Cadre stratégique et qu'il n'a pas à être aussi important ni d'application aussi longue, mais nous voudrions qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada s'engage à nous donner un coup de pouce pour concurrencer les vins d'Europe, qui sont extrêmement subventionnés, et les vins américains, australiens, sud-américains et sud-africains, qui font l'objet d'une promotion vigoureuse.

Pour une raison quelconque, je n'ai pas fait attention lorsque quelqu'un a décidé que je présiderais la réunion des Normes nationales sur le vin. Il s'agit d'un groupe imposant qui rassemble divers intervenants de l'industrie, et nous accomplissons de grands progrès grâce à un soutien extraordinaire d'Agriculture et Agroalimentaire Canada. Dans cette démarche, nos chances de dégager un consensus national sont menacées par divers facteurs, dont les coûts. Tout à l'heure, on a posé des questions sur les coûts associés à une petite entreprise vinicole. Il y a les frais d'enregistrement et des coûts constants qui amènent les petites entreprises à crier à l'injustice. Elles auraient du mal à assumer ces coûts.

Nous demandons au comité de bien vouloir songer à appuyer la demande que nous adressons à Agriculture et Agroalimentaire Canada pour que, dans le Cadre stratégique pour l'agriculture, il trouve des fonds pour au moins annuler ou rembourser le coût d'enregistrement à l'ACIA et les honoraires et les frais aux utilisateurs. Les coûts s'élèvent à environ 2 000 \$ par entreprise vinicole, et il y aurait des frais additionnels de 300 \$ à 1 000 \$, bien que l'ACIA ne sache pas trop à quoi s'en tenir à ce sujet. Pour 50 entreprises, les coûts totaliseraient 100 000 \$, ce qui n'est pas énorme.

En ce qui concerne le Règlement sur les aliments et les drogues, il faut faire face à l'intransigence de Santé Canada. Le ministère a approuvé certains additifs en 1995, mais il n'a toujours pas publié les nouvelles dispositions dans la *Gazette du Canada* malgré

prohibitive. We have only one-third of our own market. If we could find a way to move Health Canada on some of these items, it would be helpful.

We have two issues in respect of packaging and labelling.

We met in Brussels last week to try to negotiate a worldwide wine trade group labelling agreement focusing on four main items — country of origin, name of product, net volume, and alcohol by volume. The CFIA is insisting that it must be on “the” principal display panel. Our negotiators from Foreign Affairs and from Agriculture and Agri-Food Canada, including Mr. Koestler, are trying to have it approved for “a” principal display panel so that the information could appear on the back panel.

The other issue relates to allergen labelling, which exists now. We do not have a problem that Health Canada will require us to add that all wines contain sulphites, and they mandated a minimum amount. However, in addition to that, they plan to impose allergen labelling on any wine containing egg, milk or fish products. We use, for example, albumen for fining and clarifying the wines. These are processing aids, which are all removed. The problem is that Health Canada will not define the zero and instead say, “any detectable amount.” Therefore, if the wine had one part per billion, you might have to declare that the wine contained fish products. Why buy an entrée of salmon when it already has the fish. It is misleading to the consumer and there is no science based on that. Health Canada also says that this information should be on the principal display panel.

We are seeking to maintain and enhance research funds and programs from Agriculture and Agri-Food Canada on such things as the Asian ladybug.

Interprovincial trade is of great interest to us. I have not mentioned it before because it currently falls under the provincial category.

**Senator Mercer:** We have enjoyed hearing from the industry and from government over the last couple of days in respect of the wine industry.

The best argument that you presented related to the example of what is on your Saturday evening dinner table. That resonates well with parliamentarians and all Canadians. If they look at their dinner table on Saturday evening, the only thing with GST on it is the wine. My advice is to stick with that sales pitch.

I am always concerned about people asking us to make changes to taxes or to remove taxes but I am supportive of removing the excise tax on 100 per cent Canadian wine. However, I am concerned that the money goes where I want it to go, which is

notre insistance. Les coûts, pour faire ajouter des éléments nouveaux dans ce règlement, sont devenus prohibitifs. Nous ne possédons que le tiers de notre propre marché. Si nous pouvions trouver le moyen de faire bouger Santé Canada sur quelques points, ce serait fort utile.

Nous avons deux problèmes qui se rapportent à l'emballage et à l'étiquetage.

Nous avons eu une réunion à Bruxelles la semaine dernière pour essayer de négocier une entente sur l'étiquetage dans le Groupe mondial du commerce du vin. Elle porterait sur quatre éléments principaux: pays d'origine, nom du produit, contenu net et taux d'alcool. L'ACIA insiste pour que cette information figure sur l'étiquette principale. Nos négociateurs des Affaires étrangères et d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, dont M. Koestler, essaient de faire accepter qu'on parle plutôt d'«une» étiquette principale, pour que l'information puisse figurer sur l'étiquette de l'arrière.

L'autre problème concerne l'étiquetage des allergènes, qui est déjà exigé. Nous n'avons aucune difficulté à accepter que Santé Canada exige que nous ajoutions que tous les vins contiennent des sulfites. Toutefois, on prévoit exiger que nous indiquions aussi la présence d'œuf, de lait ou de produits extraits du poisson. Nous utilisons par exemple de l'albumine pour finir et clarifier les vins. Il s'agit de produits qui facilitent le traitement, mais ils sont tous retirés. Le problème, c'est que Santé Canada ne définit pas le seuil zéro. Le ministère parle plutôt de «quantité détectable». Par conséquent, si le vin contient une partie par milliard d'un certain produit, nous pourrions être obligés de dire qu'il contient par exemple des produits extraits de poissons. Pourquoi acheter une entrée de saumon lorsqu'on a déjà le poisson. C'est trompeur pour le consommateur, et ces exigences n'ont aucun fondement scientifique. Santé Canada veut aussi que cette information se trouve sur l'étiquette principale.

Nous cherchons à faire maintenir et augmenter les fonds et programmes d'Agriculture et Agroalimentaire Canada prévus pour la recherche, par exemple sur la coccinelle asiatique.

Le commerce interprovincial nous intéresse beaucoup. Je n'en ai pas parlé avant parce que cette question tombe dans la catégorie des questions relevant des provinces.

**Le sénateur Mercer:** Nous avons été heureux de prendre connaissance, ces derniers jours, du point de vue de l'industrie et du gouvernement sur le secteur vinicole.

Le meilleur argument que vous nous ayez présenté est votre exemple au sujet du dîner du samedi soir. Cela en dit long aux parlementaires et à tous les Canadiens. S'ils regardent la table, au dîner du samedi soir, ils constatent que le seul produit qui est assujéti à la TPS est le vin. Je vous conseille de continuer à utiliser ce moyen de faire valoir votre point de vue.

J'ai toujours des craintes, quand on nous demande de modifier des taxes ou impôts ou de les supprimer, mais je suis en faveur de la suppression de la taxe d'accise sur le vin entièrement canadien. Toutefois, je tiens à ce que l'argent aille là où je veux, c'est-à-dire

first, to the wine producer and second, to the consumer. You have indicated that perhaps price would not decline and that the money would go almost exclusively to the producer. Is that a sure thing?

**Mr. Ross:** No, that is not a sure thing. As I indicated, we did that because some Canadians, who would not like to see alcohol reduced in price because it might increase the use thereof, are applying some pressures. When I heard those arguments, we decided not to reduce the price so the money would go back into the industry.

**Senator Mercer:** My other concern is that because alcohol is provincially regulated — in nine of 10 provinces it is sold under strict provincial regulations through agencies of the province — if we were to remove the excise tax and lower the cost, the provinces would quickly bump the price back up by increasing provincial taxes. I am concerned that the Canadian wine industry would not receive the benefit of the consumer buying more Canadian wine as a result of that price break, while the provinces would see consumers paying more taxes on the wine that they do buy.

**Mr. Ross:** That is possible. We heard that scenario one year ago when there was pressure on the federal government to reduce gas prices.

**Senator Mercer:** When you talked about marketing, I did not hear you talk about things like Tastes of Nova Scotia, for example, where all parts of the agriculture industry come together for marketing quality products in beef, vegetables, fruit, wine, and so forth. To me, that makes sense. You have a background in government and you spent a fair amount of time in international trade. What is the position of the association on things like that?

As a point of clarification, you did say there was \$3 billion in subsidies by the EU, and then you said there was no excise tax on that. Is the lack of excise tax calculated into the \$3 billion?

**Mr. Ross:** No.

**Senator Mercer:** Therefore, from our perspective, it is more than \$3 billion; it is a \$3 billion subsidy plus no tax.

**Mr. Ross:** Plus what the national countries and their regions contribute as well.

On Nova Scotia quality, next week will am going to a wine conference in Nova Scotia that includes discussions on wine quality. On the national wine standards committee, we have a representative of the Nova Scotia government, a representative of the wineries, and a representative of the Grape Growers of Nova Scotia. We have been working with the federal government, encouraging them to provide federal funds to Nova Scotia and the Maritimes to assist in bringing a quality standard somewhat like VQA. It is very important to us. The Wine Association of Nova Scotia is a member of our organization.

d'abord au producteur de vin et deuxièmement au consommateur. Vous avez dit que le prix ne diminuerait pas et que l'argent irait presque exclusivement au producteur. Est-ce bien certain?

**M. Ross:** Non, ce n'est pas certain. Comme je l'ai expliqué, nous avons opté pour cette formule à cause des pressions exercées par certains Canadiens qui ne voudraient pas que le prix du vin diminue, parce que cela risque d'en accroître la consommation. Lorsque j'ai entendu ces arguments, nous avons décidé de ne pas réduire le prix, de sorte que l'argent retournera à l'industrie.

**Le sénateur Mercer:** L'autre chose qui me préoccupe, c'est que la réglementation de l'alcool relève des provinces. Dans neuf provinces sur dix, sa vente est soumise à une réglementation provinciale stricte et est assurée par un organisme public. Si la taxe d'accise disparaissait et si nous abaissions le prix, les provinces le majoreraient de nouveau en augmentant leurs taxes. L'industrie vinicole canadienne ne recevrait pas, je le crains, l'avantage d'une consommation accrue de vin canadien que permettrait une baisse de prix, alors que les provinces toucheraient des recettes plus élevées parce que les consommateurs paieraient plus de taxes sur le vin qu'ils achètent.

**M. Ross:** C'est possible. Ce scénario a été évoqué il y a un an, lorsqu'on insistait auprès du gouvernement fédéral pour qu'il réduise les prix de l'essence.

**Le sénateur Mercer:** Lorsque vous avez parlé de commercialisation, je ne vous ai pas entendu évoquer des initiatives comme Tastes of Nova Scotia, par exemple, où tous les éléments de l'industrie agricole conjuguent leurs efforts pour commercialiser des produits de qualité: bœuf, légumes, fruits, vin, et cetera. Ce genre d'effort me semble logique. Vous avez travaillé dans l'administration publique et vous avez consacré pas mal de temps au commerce international. Que pense l'association d'initiatives semblables?

Une précision. Vous avez dit que l'Union européenne versait des subventions de 3 milliards de dollars. Vous avez ajouté ensuite qu'il n'y avait pas de taxe d'accise. L'économie que représente l'absence de taxe d'accise est-elle englobée dans ces 3 milliards?

**M. Ross:** Non.

**Le sénateur Mercer:** Selon notre point de vue, c'est donc plus de 3 milliards de dollars. C'est 3 milliards plus l'absence de taxe.

**M. Ross:** Il y a en plus les subventions des divers pays et régions.

Pour ce qui est de la qualité en Nouvelle-Écosse, je me rends la semaine prochaine à une conférence sur le vin dans cette province. Il y sera question de la qualité du vin. Le Comité des normes nationales sur le vin comprend un représentant du gouvernement néo-écossais et un représentant des Grape Growers of Nova Scotia. Nous avons collaboré avec le gouvernement fédéral et nous l'avons encouragé à fournir des fonds à la Nouvelle-Écosse et aux Maritimes pour les aider à atteindre un niveau de qualité comparable à la VQA. C'est très important à nos yeux. La Wine Association of Nova Scotia fait partie de notre organisation.

**Senator St. Germain:** You made a statement about being environmentally friendly and safe. Has there been any challenge in regards to the use of herbicides and pesticides in your industry?

**Mr. Ross:** There has been no challenge, but we are very much aware of the minimum and maximum levels in certain things. As a national association, we recently passed a motion that we would go into an environmental sustainability and production sustainability study. That study is underway with a consultant in Ontario. We are trying to bring in B.C. to look at just where we are environmentally and to determine if we can emulate some of the work being done in California, New Zealand and Australia on grape growth sustainability and sustainability the industry.

**Senator St. Germain:** Is your association supportive of the organic producers, or is this a side industry?

**Mr. Ross:** We are supportive, but it is a very small industry. I do not have a lot of members. As a president who reports to members and directors, it has not come onto my desk. Much of the aspect of organic wine is in the vineyard. You heard the comments today about the dryer climates being conducive. The wine-making process for making organic wines does not change that much.

**Senator Callbeck:** You mentioned you were going to a meeting next week in Nova Scotia, and that there will be people representing the wineries and the grape growers. Do many wineries buy their grapes from other growers, or do they grow their grapes themselves?

**Mr. Ross:** Both. Just to clarify, the meeting next week in Nova Scotia that I will be attending is actually a wine and grape conference.

We have close to 700 wine grape growers in Canada. There are only a couple of hundred wineries, so a good number of our members grow their own grapes and contract out to buy others. The Independent Grape Growers' Association in British Columbia contract to individual companies. I am sure that Quail's Gate and Cedar Creek contract and buy from private grape growers. You will also see it in some of the brands of wine the names of the grape growers that are being contracted by Vincor or Inniskillin. They take pride in that.

**Senator Callbeck:** Do many wineries import grapes from the United States?

**Senator Rossiter:** Because of the crop failure last year, we have done more importing than we would normally, just to stay in the business. However, yes, a number of them import juice or wine for blending, and that is that tier 3 category. They can only put on "product of Canada" if it is 75 per cent plus. The law in Ontario is that any wine bottled in Ontario must contain a

**Le sénateur St. Germain:** Vous avez dit que votre production était respectueuse de l'environnement et que votre produit était sûr. Dans votre industrie, y a-t-il eu des contestations de l'usage d'herbicides et de pesticides?

**M. Ross:** Il n'y a pas eu de contestation, mais nous sommes très au courant des niveaux minimum et maximum de certains produits. Notre association nationale a récemment adopté une motion prévoyant une étude sur durabilité de l'environnement et de la production. L'étude est en cours, avec un consultant de l'Ontario. Nous essayons d'y faire participer la Colombie-Britannique pour que nous puissions voir au juste où nous en sommes, sur le plan de l'environnement, et voir si nous pouvons imiter en partie le travail qui se fait en Californie, en Nouvelle-Zélande et en Australie pour assurer la durabilité de la culture de la vigne et de notre industrie.

**Le sénateur St. Germain:** Votre association appuie-t-elle les producteurs biologiques, ou s'agit-il d'un secteur secondaire?

**M. Ross:** Nous les appuyons, mais il s'agit d'une industrie très réduite. Elle ne compte pas beaucoup de producteurs. À titre de président qui doit répondre aux membres et au conseil d'administration, je n'ai pas été saisi de la question. Une grande partie des particularités de la production de vin biologique concernent la vigne. Vous avez entendu aujourd'hui que le climat sec est favorable. La vinification des vins biologiques n'est pas très différente.

**Le sénateur Callbeck:** Vous avez dit que vous vous rendriez la semaine prochaine en Nouvelle-Écosse et que vous rencontreriez des représentants des entreprises viticoles et des vigneron. Y a-t-il beaucoup d'entreprises viticoles qui achètent leurs raisins à d'autres producteurs ou produisent-ils eux-mêmes les raisins?

**M. Ross:** Les deux pratiques existent. Je précise que je me rends en Nouvelle-Écosse la semaine prochaine pour une conférence qui portera sur le vin et le raisin.

Nous avons au Canada près de 700 viticulteurs. Il y a seulement 200 entreprises viticoles. Un bon nombre de nos membres produisent donc eux-mêmes leurs raisins et en achètent à d'autres producteurs. L'Independent Grape Growers' Association de la Colombie-Britannique établit des contrats avec des entreprises. Je suis persuadé que Quail's Gate et Cedar Creek achètent des raisins à des producteurs indépendants. La même pratique s'observe aussi pour certaines marques de vin. On indique le nom des producteurs qui ont des contrats avec Vincor ou Inniskillin. Ils en sont fiers.

**Le sénateur Callbeck:** Y a-t-il beaucoup d'entreprises viticoles qui importent des raisins des États-Unis?

**Le sénateur Rossiter:** L'an dernier, à cause de l'échec de la récolte, nous avons importé plus que la normale, simplement pour rester en affaires. Néanmoins, il est vrai qu'un certain nombre d'entreprises importent du jus de raisin ou du vin qui est mélangé, mais ce sont des vins de troisième catégorie. On ne peut indiquer «produit du Canada» que si la proportion est de 75 p. 100 et plus.

minimum of 30 per cent Ontario grape. That law was changed last year for one year only to allow it to go down to 10 per cent because of the crop failure.

**Senator Callbeck:** Are small wineries more apt to import than the big ones?

**Mr. Ross:** No, small wineries are based on their winery and their grapes. Many of the smaller wineries evolve out of grape growers who decide to value-add, and that is how they go forward. I would say very few small wineries import grape. Their business is based on their own grapes or contracted grapes in the region.

**Senator Hubley:** You gave us many examples of other countries providing subsidies to their wine industry. We have looked at the agricultural sector here in Canada. It is something that different commodities have asked for, but we are always cautious that if we do that we will be challenged under the free trade agreements. Are these subsidies as direct? Is the \$3 billion that the EU gives to the wine industry a direct subsidy, or is it under some other guise?

**Mr. Ross:** No, those 2 billion Euros are largely direct. They break it down. They will buy up bulk wine and subsidize the distillation of that wine for industrial alcohol. They are paying for improving the vines and putting in new vines. As I said, this does not count the subsidies being provided by regional municipalities.

Two years ago Air Canada told us that they served a certain Italian wine on their business class flights because the regional municipality associated with that Italian winery had paid the airline a \$47,000 fee. If the winery does it, we do not mind it. However, this was the same as Nepean doing it.

We are not looking for subsidies. If you look at our request, much of it is some nudging of policies. Except for the reduction in excise tax, which would obviate the need for a Canadian wine market development program renewal. We are not asking for a lot, just a bit to help get us through national wine standards. They are not ongoing things. We are a significant net contributor to federal coffers. You have probably heard from a number that are net drawers from the federal coffers.

**Senator Hubley:** Yes, you gave us those examples.

What is the greatest vulnerability to your industry? There have been many situations over the past year. You mentioned the B.C. forest fires and the Asian ladybug.

En Ontario, la loi veut que le vin embouteillé dans la province contienne au moins 30 p. 100 de raisins de l'Ontario. La loi a été modifiée l'an dernier pour une seule année, à cause de l'échec de la récolte, pour ramener la proportion à 10 p. 100.

**Le sénateur Callbeck:** Les petits établissements vinicoles sont-ils plus susceptibles d'importer que les grands?

**M. Ross:** Non, les petites entreprises ont leur établissement et leur production viticole. Un grand nombre d'entre elles sont au départ des productions viticoles, et elles décident de faire des produits à valeur ajoutée. C'est ainsi qu'elles débutent. Je dirais que fort peu de petites entreprises vinicoles importent des raisins. Elles reposent sur leur propre production de raisins ou en achètent dans la région.

**Le sénateur Hubley:** Vous nous avez donné beaucoup d'exemples d'autres pays qui subventionnent leur industrie vinicole. Nous avons étudié tout le secteur agricole au Canada. On nous a demandé des subventions pour diverses productions, mais nous nous méfions toujours, car nous craignons que les subventions ne soient contestées en vertu des accords de libre-échange. Ces subventions sont-elles aussi directes? Est-ce que les 3 milliards de dollars que l'Union européenne donne à l'industrie du vin sont des subventions directes ou se présentent-elles autrement?

**M. Ross:** Non, ces 2 milliards d'euros sont en grande partie des subventions directes. Il y a divers éléments. On achète du vin en vrac et on subventionne la distillation pour produire de l'alcool industriel. On paie pour améliorer les vignes et en planter de nouvelles. Je le répète, ce chiffre ne comprend pas les subventions accordées par les municipalités régionales.

Il y a deux ans, Air Canada nous a dit qu'elle servait un certain vin italien à ses passagers de la classe affaires parce que la municipalité régionale de l'établissement vinicole en question avait versé 47 000 \$ au transporteur aérien. Si l'entreprise vinicole se comporte de cette façon, nous n'avons pas d'objection, mais c'est un peu comme si Nepean donnait ce genre de subvention.

Nous ne demandons pas de subventions. Regardez ce que nous demandons. Il s'agit en grande partie de rajuster les politiques. Exception faite de la réduction de la taxe d'accise, qui éviterait de renouveler le programme de développement du marché du vin canadien. Nous ne demandons pas grand-chose. Juste un coup de pouce pour faire face aux normes nationales sur le vin. Ce ne sont pas des aides permanentes. Notre entreprise est un contributeur net important pour le Trésor fédéral. Vous avez probablement accueilli un certain nombre d'entreprises qui reçoivent plus d'argent du Trésor qu'elles ne lui en versent.

**Le sénateur Hubley:** Oui, vous nous avez donné des exemples.

Sur quel point votre industrie est-elle la plus vulnérable? Il y a eu bien des difficultés au cours de la dernière année. Vous avez parlé des incendies de forêt en Colombie-Britannique et de la coccinelle asiatique.

Do you foresee any other catastrophes that could happen within what is becoming a very important industry, and what steps should be taken now to assist you? I am thinking of research dollars, by the way. I am wondering if you have any comment on that.

**Mr. Ross:** As I mentioned, ongoing research on the Asian ladybug or any crop problems we might have would be very useful. No one could have predicted the Asian ladybug. It chased aphids on soya. The soya crop was saved but the wine crop was ruined.

We touched earlier on interprovincial trade. I think the representatives from Agriculture and Agri-Food Canada were not totally correct. There is very little B.C. wine in Ontario and very little Ontario wine in B.C. That is a product of listing and purchasing policies of the two liquor boards. In Alberta, it is a mixed situation. Another interesting thing that may or may not happen to the industry is what happens in the provinces.

An issue is E-commerce — the whole world is going to buying on-line. If I buy an Ontario wine on-line today I am fine. However, if I was in Winnipeg and did it, I would run into the interprovincial trade-barrier problem. Anybody that is doing it on the purchase side and on the selling side is probably ultra vires of the regulations.

We have the whole issue of interprovincial trade, E-commerce, and listings in other provinces. Of course, the biggest threat is our weather. We have been lucky because we had tremendous increases in plantings in southern B.C., for example.

Another big pressure — and this is not up to the federal government — relates to the cost of land for wineries. There was an earlier comment that the industry is successful because of land values and land speculation. Where you may have gone from \$10,000 an acre to \$50,000 in Niagara, you will only get the \$50,000 an acre if you sell the land for condominiums. We are trying to preserve the land as agricultural land so you cannot really sell it at that level if it is preserved for agriculture.

People say the Canadian wine industry is healthy because it has boutiques and restaurants and so forth. It has these things because you cannot make enough money growing, nurturing and harvesting your grapes and making a bottle of wine. You have to move on. Gary Pillitteri ran into problems when a lot of his wines were delisted. If your business plan says 60 per cent of your wines will go through the liquor board and suddenly they delist your wine and you cannot get a licence to sell them elsewhere, how do you sell them? You will see consolidation as the wineries have to consolidate. When you see the boutiques or the jazz festivals or the three-star restaurants

Prévoyez-vous d'autres catastrophes qui pourraient frapper ce qui est en train de devenir une industrie très importante. Quelles mesures faudrait-il prendre pour vous aider? Je songe aux budgets de recherche, soit dit en passant. Auriez-vous quelque chose à dire à ce sujet?

**M. Ross:** Comme je l'ai fait remarquer, des recherches suivies sur la coccinelle asiatique ou d'autres problèmes de culture que nous pourrions éprouver seraient très utiles. Personne n'aurait pu prévoir le problème de la coccinelle asiatique. Cet insecte a permis de contrôler les pucerons du soya. La récolte de soya a été sauvée, mais la récolte de raisins a été gâchée.

Tout à l'heure, nous avons dit un mot du commerce interprovincial. Je ne crois pas que les représentants d'Agriculture et d'Agroalimentaire Canada avaient tout à fait raison. Il se vend fort peu de vin de la Colombie-Britannique en Ontario et fort peu de vin de l'Ontario en Colombie-Britannique. C'est la conséquence des politiques de choix de produits et d'achat des deux régies des alcools. En Alberta, la situation est mitigée. Une autre chose intéressante qui peut se produire ou non dans l'industrie est ce qui se passe dans les provinces.

Une question qui se pose est celle du commerce électronique. Le monde entier se tourne vers l'achat en ligne. Si j'achète du vin de l'Ontario en ligne aujourd'hui, je n'ai aucun problème. Toutefois, si je me trouvais à Winnipeg et si je le faisais, je me heurterais au problème des barrières au commerce interprovincial. Il est probable que l'acheteur et le vendeur contreviendraient à la réglementation.

Nous avons toute la question du commerce interprovincial, du commerce électronique et de l'inscription sur la liste des autres provinces. Bien entendu, la pire menace, ce sont les conditions météorologiques. Nous avons eu de la chance. Il y a une augmentation phénoménale des plantations de vignes dans le sud de la Colombie-Britannique, par exemple.

Une autre grande difficulté, mais le gouvernement fédéral n'y peut rien, c'est le coût des terres pour les entreprises vinicoles. On a dit tout à l'heure que l'industrie réussissait à cause de la valeur des terres et de la spéculation foncière. Les prix sont peut-être passés de 10 000 \$ à 50 000 \$ l'acre dans la région de Niagara, mais on obtient 50 000 \$ l'acre seulement si on vend pour la construction d'appartements en copropriété. Nous essayons de préserver les terres pour l'agriculture. On ne peut pas vendre à ces prix si les terres conservent leur vocation agricole.

Les gens disent que l'industrie canadienne du vin est en bonne santé parce qu'elle a des points de vente, des restaurants, et cetera. Elle a ces autres actifs parce qu'elle ne peut pas faire assez d'argent en cultivant la vigne et en produisant du vin. Il faut faire autre chose. Gary Pillitteri a éprouvé des problèmes lorsqu'un grand nombre de ses vins ont été rayés des listes. Si le plan d'entreprise prévoit que 60 p. 100 des vins seront vendus par l'entremise de la régie des alcools et si, du jour au lendemain, les vins sont supprimés de la liste et ne pouvez obtenir de permis pour les vendre ailleurs, comment les vendre? Vous assisterez à des regroupements entre les entreprises vinicoles. Quand on voit des

added to wineries, equate it to the Prairies where the farmer might be working part-time on the weekend and his wife or her husband might be teaching school.

You cannot do it as a farmer. You have to add. When we add, it looks kind of nice — it is restaurants and boutiques.

**Senator Lawson:** You are right about the listing. That was a key problem in British Columbia. We brought in the people in who did the listing to ask what the basis of their decisions was and why they did not have more B.C. wines listed in the early stages. The representative admitted that it was his own bias — he said that everyone knows that B.C. wines are not good wines. They bring in German or French or maybe California but no B.C. wines. The life and death of the industry is in the hands of some civil servant who knew nothing about it. Now that has improved since then.

I agree with Senator Mercer about the issue for making Canadian wines and taking off the surtax. There are two areas, as a committee that we should be dealing with. You are right when say that regulations have not been formally amended for years and winemaking practices worldwide have far outpaced them. You say that as a result, Canada's food and drug regulations do not reflect modern winemaking technology.

The government said it will do something about regulations for that area and there are so many industries where we are dealing with archaic rules. It will not cost a lot to bring it up to date and keep pace with the industry because it is so far out front.

I also agree with your issues relating to allergens and so on. For heaven's sake, let us do it on the basis of common sense. Let us not be doing things to keep the industry competitive with the rest of the world and then implement silly rules here that negate all of that. There are two major areas where we can support you. I thank you for an excellent presentation.

**Mr. Ross:** We recently discussed the issue of allergen labelling at a meeting in Brussels. We are concerned that this issue is coming up more often throughout the world without any scientific basis. Delegates to this meeting represented about 90 per cent of wine production worldwide. None of them could cite one case of a person being adversely affected, allegedly from one of these allergens in wine — not one case in the world in history. Health Canada has confirmed that.

At least the Australians and the Europeans are undertaking some studies on this. We would hope that you would support our recommendation to Health Canada that before they implement any requirements for allergen labelling, that they look at some of

entreprises vinicoles ouvrir des boutiques ou des restaurants trois étoiles, c'est un peu comme ce qui se passe dans les Prairies, où l'agriculteur a un travail à temps partiel le week-end et son conjoint fait de l'enseignement.

Si on n'arrive pas à s'en tirer uniquement au moyen de l'agriculture, il faut ajouter autre chose. Ces ajouts paraissent bien — ce sont des restaurants et des boutiques.

**Le sénateur Lawson:** Vous avez raison, à propos de l'inscription des produits sur les listes. Cela a été un problème central en Colombie-Britannique. Nous avons convoqué ceux qui dressent ces listes pour leur demander sur quoi ils fondaient leurs décisions et pourquoi ils n'avaient pas plus de vins de la Colombie-Britannique au départ. Le représentant a admis que c'était ses propres préjugés. Il a dit que tout le monde savait que les vins de la Colombie-Britannique n'étaient pas bons. Ils inscrivent sur la liste des vins allemands, français ou californiens, mais pas de vins de la Colombie-Britannique. La vie et la mort de l'industrie dépendent d'un quelconque fonctionnaire qui n'est au courant de rien. La situation s'est améliorée depuis.

Je suis d'accord avec le sénateur Mercer au sujet de la production de vin canadien et de la suppression de la surtaxe. Il y a deux points auxquels le comité devrait s'intéresser. Vous avez raison de dire que la réglementation n'a pas été officiellement modifiée depuis des années, et les pratiques de fabrication du vin dans le monde entier sont largement en avance sur la réglementation. Vous dites que, par conséquent, le Règlement sur les aliments et drogues du Canada n'est pas adapté à la technologie moderne de la fabrication du vin.

Le gouvernement a dit qu'il modifierait le règlement pour ce secteur d'activité, il y a tant d'industries qui doivent se conformer à des règles archaïques. Il n'en coûterait pas très cher de moderniser le règlement et de lui faire ensuite suivre l'évolution de l'industrie. Il tire tellement de l'arrière.

Je suis également d'accord avec vous au sujet des allergènes, par exemple. Faisons donc preuve de bon sens. N'allons pas prendre des mesures pour aider l'industrie à rester concurrentielle, face au reste du monde, pour ensuite tout défaire en appliquant des règles stupides. Il y a deux points importants sur lesquels nous pouvons vous appuyer. Merci de votre excellent exposé.

**M. Ross:** Nous avons discuté récemment de l'inscription des allergènes sur les étiquettes à une réunion à Bruxelles. Nous trouvons inquiétant que cette question surgisse de plus en plus souvent dans le monde entier sans qu'il y ait des fondements scientifiques pour le faire. Les délégués présents à cette réunion représentaient environ 90 p. 100 de la production de vin dans le monde entier. Aucun d'entre eux n'a pu citer un seul cas de préjudice attribuable à l'un de ces produits allergènes présents dans le vin: pas un seul cas dans toute l'histoire du monde entier. Santé Canada l'a du reste confirmé.

Au moins, les Australiens et les Européens réalisent des études sur la question. Nous espérons que vous appuierez la recommandation que nous faisons à Santé Canada, lui demandant de passer en revue certaines de ces études avant

these studies. Health Canada has not conducted any studies on this subject. They could at least require only a minimum amount — parts per million or whatever.

Another thing with respect to listings is very important. A general listing at the LCBO required 1,200 cases of that particular wine. That negated the participation of most of the Ontario wineries. The Wine Council of Ontario was able to negotiate an entry level. They have a small program, but it is an entry level which requires fewer cases.

If you do not get listed with the liquor board in Ontario you have two outlets — in B.C. you have three. In Ontario there is the winery outlet or you can sell direct-list to individual restaurants, which is costly because they might buy only one case and you have to courier it up. This province has tried to emulate what they have in B.C., which is VQA wine stores. There are about 19 of them in B.C., which are old wine licenses that can sell all VQA wines. As you heard earlier, our licenses here allow you to sell only your wine and only your wine produced in Ontario. Even a Vincor store cannot sell its B.C. products here. The Wine Council of Ontario made a case to the current Ontario government. Last week the government said that it would not permit that.

We are working in a highly taxed and regulated industry. It is a poster child that is kind of sexy. We are working with Foreign Affairs Canada and getting this wine into all our embassies. As you know, John Ralston Saul is a tremendous champion of Canadian wine and has done much to promote Canadian wine both in Canada and abroad.

There are some things that can be done — that would not require a lot of money — to improve our environment and help us succeed.

**The Chairman:** Mr. Ross, on behalf of the committee, I thank you for an excellent presentation. You have left us with some recommendations and as we hear further witnesses and start to look at recommendations in our final report we will keep some of your comments in mind.

**Senator Mercer:** I hope that the Steering Committee will consider inviting representatives from Taste of Nova Scotia to come and tell you about value-added products. That is one example. There may be others across the country of groups doing just what we have been talking about.

**The Chairman:** That is a good idea.

The committee adjourned.

d'imposer des exigences sur l'étiquetage des allergènes. Santé Canada n'a fait aucune étude sur la question. Le ministère pourrait au moins se contenter de n'imposer qu'une teneur minimum, en nombre de parties par million, par exemple.

Une autre chose est fort importante, à propos de l'inscription des produits sur les listes. Pour l'inscription générale à la RAO, il faut fournir 1 200 caisses du vin en question. Cette exigence était un obstacle pour la plupart des entreprises vinicoles de l'Ontario. Le Wine Council of Ontario a pu négocier un volume plus faible pour la première inscription. Il y a maintenant un programme modeste, mais c'est pour les nouveaux fournisseurs, pour qui le nombre de caisses a été réduit.

Le producteur qui ne peut faire accepter ses vins à la régie des alcools a deux autres points de vente en Ontario et trois en Colombie-Britannique. En Ontario, il y a le point de vente de l'établissement vinicole ou la vente directe aux restaurants, ce qui coûte cher, parce que les restaurants n'achètent parfois qu'une caisse, et il faut l'expédier par messagerie. La province a essayé d'imiter ce qu'on trouve en Colombie-Britannique, les commerces de vins VQA. On en compte environ 19 en Colombie-Britannique. Ce sont des permis anciens qui permettent de vendre tous les vins VQA. Comme vous l'avez entendu tout à l'heure, les permis ontariens ne permettent de vendre que son vin à soi et seulement le vin produit en Ontario. Même un point de vente Vincor ne peut vendre ses produits de la Colombie-Britannique ici. Le Wine Council of Ontario a fait valoir sa cause auprès du gouvernement de l'Ontario. La semaine dernière, le gouvernement a dit qu'il n'autoriserait pas cette pratique.

Notre industrie est lourdement imposée et réglementée. Notre secteur se présente plutôt bien. Nous travaillons avec Affaires étrangères Canada pour faire servir nos vins dans toutes nos ambassades. Comme vous le savez, John Ralston Saul est un grand défenseur des vins canadiens et il a beaucoup fait pour en assurer la promotion au Canada et à l'étranger.

Il y a des mesures envisageables qui ne coûtent pas cher et peuvent améliorer notre situation et nous aider à réussir.

**Le président:** Monsieur Ross, au nom du comité, je vous remercie de votre excellent exposé. Vous nous avez communiqué vos recommandations. En écoutant d'autres témoins et en étudiant les recommandations de notre rapport final, nous ne perdrons pas de vue vos observations.

**Le sénateur Mercer:** J'espère que le comité directeur envisagera d'inviter des représentants de Taste of Nova Scotia pour qu'ils vous parlent de leurs produits à valeur ajoutée. C'est là un exemple. Il peut y avoir un peu partout au Canada d'autres groupes qui ont précisément le genre d'activité dont nous avons parlé.

**Le président:** Excellente idée.

La séance est levée.







*If undelivered, return COVER ONLY to:*

Public Works and Government Services Canada –  
Publishing and Depository Services  
Ottawa, Ontario K1A 0S5

*En cas de non-livraison,  
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:*

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada –  
Les Éditions et Services de dépôt  
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

---

WITNESSES

**Tuesday, April 27, 2004**

*From Quail's Gate Estate Winery:*

Tony Stewart, Proprietor.

**Thursday, April 29, 2004**

*From Agriculture and Agri-Food Canada:*

Gary B. Koestler, Deputy Director, Eastern Hemisphere Division,  
International Trade Policy Directorate;

Michael Presley, Director General, Food Value Chain Bureau,  
Food Safety and Quality, International Issues.

*From the Canadian Vintners Association:*

Bill Ross, President.

TÉMOINS

**Le mardi 27 avril 2004:**

*De Quail's Gate Estate Winery:*

Tony Stewart, propriétaire.

**Le jeudi 29 avril 2004:**

*D'Agriculture et Agroalimentaire Canada:*

Gary B. Koestler, directeur adjoint, Hémisphère oriental, Direction  
des politiques de commerce international;

Michael Presley, directeur général, Bureau de la chaîne de valeur  
des aliments, Salubrité et qualité des aliments, Questions  
international.

*De l'Association des viticultures du Canada:*

Bill Ross, président.