



Third Session
Thirty-seventh Parliament, 2004

SENATE OF CANADA

*Proceedings of the Standing
Senate Committee on*

Agriculture and Forestry

Chair:
The Honourable DONALD H. OLIVER

Tuesday, May 4, 2004

Issue No. 9

Sixth meeting on:
The development and marketing of value-added
agricultural, agri-food and forest products

WITNESS:
(See back cover)

Troisième session de la
trente-septième législature, 2004

SÉNAT DU CANADA

*Délibérations du Comité
sénatorial permanent de l'*

Agriculture et des forêts

Président:
L'honorable DONALD H. OLIVER

Le mardi 4 mai 2004

Fascicule n° 9

Sixième réunion concernant:
Le développement et la commercialisation de produits
agricoles, agroalimentaires et forestiers à valeur ajoutée

TÉMOIN:
(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, May 4, 2004
(14)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met at 6:20 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, Lawson, Mercer, Oliver, St. Germain, P.C., and Tkachuk (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 the Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Brock University:

Linda Bramble, Industry Liaison.

The Chair made an opening statement.

Ms. Bramble made a presentation and answered questions.

The Chair made a closing statement.

At 7:20 p.m., the committee adjourned to the call of the Chair.

ATTEST:

PROCÈS-VERBAL

OTTAWA, le mardi 4 mai 2004
(14)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 18 h 20, dans la pièce 705 de l'édifice Victoria, sous la présidence de l'honorable Donald H. Oliver (*président*).

Membres du comité présents: Les honorables sénateurs Callbeck, Lawson, Mercer, Oliver, St. Germain, c.p., et Tkachuk (6).

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

Aussi présents: Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à 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 national et international. (*L'ordre de renvoi figure dans le fascicule n° 5 du comité.*)

TÉMOIN:

Du Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Université Brock:

Mme Linda Bramble, Liaison avec l'industrie.

Le président fait une déclaration.

Mme Bramble fait une déclaration et répond aux questions.

Le président fait une déclaration.

À 19 h 20, le comité suspend ses travaux qu'à nouvelle convocation de la présidence.

ATTESTÉ:

La greffière du comité,

Keli Hogan

Clerk of the Committee

EVIDENCE

OTTAWA, Tuesday, May 4, 2004

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 6:20 p.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: As you know, after we finished our study on BSE, we are now studying value-added products. The reason for doing this study is, a number of farmers have said they work long hours, day and night, and there is not enough money being left at the farm gate. Is there anything that could be done to add value to the products they produce so more money could stay at the farm?

With that as our basis, we have been hearing a number of witnesses on a number of products ranging from beef products, wheat, grape, cheese and others. We are trying to find out just what types of things farmers, farm organizations and other groups across Canada are doing to add value, so that they can put more money ultimately in the pockets of those in the farm community.

This evening, I am pleased to advise that our guest witness is Ms. Linda Bramble from the Cool Climate Oenology and Viticulture Institute at Brock University, where she teaches a general interest course in wine appreciation and a professional development program in wine sales and service. She is a certified sommelier and hosts a weekly wine and food show. Ms. Bramble has recently completed research on winery tourism producing a training program for excellence in retail sales, as well as a self-assessment guide for excellence in wine tourism for new winery owners.

As adjunct professor in the faculty of business, she has taught entrepreneurship and consults on leadership development and wine marketing.

With that very impressive background, Ms. Bramble, we are looking forward to hearing from you.

Ms. Linda Bramble, Industry Liaison, Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Brock University: It is a pleasure to be here today. I will speak to issues related to value-added challenges and opportunities as they relate to the wine industry of Canada. I will use the wine industry as an illustration, with hope that there are lessons to be gleaned that, perhaps, could be applied in other parts of the agricultural and forestry industries.

I will speak to six questions.

I will first address the questions what are the barriers to interprovincial trade and how does the Canadian wine industry develop and market higher value-added products? I will also be

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le mardi 4 mai 2004

Le comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui à 18 h 20 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: Comme vous le savez, après l'étude que nous avons faite sur l'EBS, nous entamons une étude sur les produits à valeur ajoutée. La décision de faire cette étude est survenue suite aux déclarations des fermiers concernant leurs longues heures de travail, de jour comme de nuit, et le fait qu'il ne reste pas suffisamment d'argent à la ferme. Y a-t-il quoi que ce soit que l'on puisse faire pour ajouter de la valeur à leur produits afin qu'il reste plus d'argent à la ferme?

Dès lors, nous avons entendu des témoignages sur plusieurs produits, notamment des produits du boeuf, blé, raisins, fromages et autres. Nous essayons de voir ce que font les fermiers, les associations de fermier et d'autres groupes au Canada pour ajouter de la valeur afin que les membres des communautés agricoles puissent en bout de ligne gagner un peu plus d'argent.

Nous avons le plaisir de recevoir ce soir, Mme Linda Bramble du Cool Climate Oenology and the Viticulture Institute de l'Université Brock, où elle enseigne des cours généraux sur l'appréciation du vin et s'occupe d'un programme de perfectionnement professionnel en services à la clientèle et vente de vin. Elle est sommelière certifiée et anime une émission chaque semaine hebdomadaire sur la gastronomie et le vin. Elle a réalisé une étude sur le tourisme vinicole et produit un programme de formation pour l'excellence de la vente au détail, ainsi qu'un guide d'auto-évaluation pour l'excellence du tourisme vinicole, à l'intention des nouveaux propriétaires de vinerie.

Professeure auxiliaire à la faculté du commerce, elle a enseigné l'entrepreneuriat et donne des conseils sur le développement des qualités de chef et sur la commercialisation du vin.

Avec ce bagage très impressionnant, madame Bramble, nous avons hâte d'entendre ce que vous avez à dire.

Mme Linda Bramble, Liaison avec l'industrie, Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Université Brock: C'est un plaisir d'être ici aujourd'hui. Je vais aborder les questions liées aux défis et aux débouchés relatifs aux produits à valeur ajoutée dans le secteur vinicole du Canada. Je prendrai l'industrie vinicole pour exemple, dans l'espoir qu'il y a des leçons à tirer qui seront, peut-être, appliquées à dans d'autres secteurs de l'agriculture et des forêts.

Je traiterai six questions.

Je commence par les questions: quels sont les obstacles au commerce interprovincial et comment l'Industrie vinicole canadienne procède-t-elle pour élaborer et commercialiser des

speaking to what needs to be done to increase market share, and the issues relating to national standards. Finally, I will look at how standards are used as marketing tools and what research is currently underway, both nationally and regionally. I will conclude with a summary of my recommendations.

My remarks are based on a series of interviews I conducted this past year with a number of leaders within our industry. This went to preparing a report that was delivered in Avignon, France, last month. Linda Franklin, president of the Wine Council of Ontario, also graciously provided assistance. My remarks today are also based on my observations as an educator and writer for the past 22 years.

What are the barriers to interprovincial trade? Although trade is often tedious and cumbersome, for the most part the barriers to trade have been eliminated. There is, however, a much more serious barrier, and that is one of attitude. We are finding that there does not seem to be a general commitment by our nation's liquor boards to buy Canadian. When they do buy Canadian, it is usually those products that are available from their own wine jurisdictions and their own regions. We find that it is extremely difficult to find wines from other wine-producing provinces on our respective provincial shelves.

My recommendation is that government-controlled liquor boards should be given a strong mandate by the federal government to partner in a much more serious way with the domestic industry. The rationale for that, as I am sure you are all aware, is that selling wine to a domestic market adds value to the economy. A recent KPMG study, "Economic Impact of the Ontario Wine Industry on the Economy of the Province of Ontario in 1999, Final Report 2000," showed that the economy gains \$3.88 for each bottle of domestic wine sold as compared with 46 cents for a foreign wine sale. Obviously, it is much more profitable for our own economy to buy domestic.

My second question is: How does the Canadian wine industry develop and market higher value-added products? I am dividing this question into two parts.

First, I will look at how the Canadian wine industry developed its value-added products. As you know, there has been a sea change in the quality of wine in Canada. The task has not been one of simply marketing the product. The industry has had to start from a deficit position in respect of consumer acceptance. Not many jurisdictions had to overcome that stigma. The industry also had to convince consumers that it had gone through a complete transformation. As you are well aware, we are now producing wines of highly acclaimed quality.

Given the present level of the product, it is my view that, perhaps, it could be used as a model for the development and marketing of other agricultural products. I submit it would be important to start with a brief understanding of today's

produits à grande valeur ajoutée? Je parlerai aussi de ce qu'il faut faire pour augmenter la part du marché et des questions relatives aux normes nationales. Finalement, je parlerai des normes utilisées comme instrument de commercialisation et des recherches en cours, au niveau national et régional. Je terminerai par un résumé de mes recommandations.

Mes remarques sont tirées d'une série d'entrevues que j'ai eues l'année dernière avec des dirigeants de notre industrie. Ces remarques m'ont servi à préparer un rapport présenté à Avignon, en France, le mois dernier. Linda Franklin, présidente du Wine Council of Ontario, a gracieusement offert son aide. Mes remarques d'aujourd'hui sont aussi fondées sur des observations faites à titre d'enseignante et d'écrivaine durant ces 22 dernières années.

Quels sont les obstacles au commerce interprovincial? Souvent longs et pénibles à surmonter, les obstacles réglementaires au commerce interprovincial ont pour la plupart été éliminés. Toutefois, il est un obstacle plus grave qui est plus difficile à vaincre, et c'est celui des attitudes. Au pays, nos régies des alcools ne semblent pas très enclines à favoriser l'achat de produits canadiens. Lorsqu'elles le font, elles ont tendance à écarter les vins de l'extérieur de la région. C'est la région qui a préséance. Il est très difficile de trouver des vins des autres provinces vinicoles sur les tablettes des succursales de notre régie provinciale.

Je propose que le gouvernement fédéral oblige les Régies des alcools à s'associer beaucoup plus étroitement avec l'industrie canadienne. Cela se justifie, je suis sûre que vous en êtes forts conscients, par le fait que la vente du vin sur le marché intérieur ajoute de la valeur dans l'économie. Selon une récente étude de KPMG, «Economic Impact of the Ontario Wine Industry on the Economy of the Province of Ontario in 1999, Final Report 2000», chaque bouteille de vin de pays rapporte 3,88 \$ à l'économie contre 0,46 \$ pour une bouteille de vin étranger. Il est évident que l'achat de vins canadiens rapporte plus à notre économie.

Ma deuxième question: comment l'industrie vinicole canadienne procède-t-elle pour élaborer et commercialiser des produits à plus grande valeur ajoutée? Je vais diviser cette question en deux parties.

Je vais d'abord parler de la façon dont l'industrie vinicole canadienne procède pour élaborer des produits à plus grande valeur ajoutée. Comme vous le savez, la qualité des vins canadiens s'est beaucoup améliorée. Il ne s'agissait pas simplement de commercialiser le produit. L'industrie a un retard à rattraper pour se gagner la faveur du consommateur. Peu de pays ont dû affronter ce défi. L'industrie a dû convaincre le consommateur qu'elle s'était complètement transformée. Comme vous en êtes fort conscients, nous produisons aujourd'hui des vins d'une grande renommée.

Compte tenu qu'il est maintenant de grande qualité, le produit pourrait servir, à mon avis, de modèle pour élaborer et commercialiser d'autres produits agricoles. Examinons rapidement le consommateur d'aujourd'hui. «L'ancien

consumer. The “old consumer” — not by age, but those who purchased in the 1950s to 1970s — sought convenience and a wide range of products at low prices.

The new consumer, however, is motivated by a very different quest — the quest for authenticity. The added value they seek is in authentic products. They look for products that are natural, located in a specific time and place, and they will, if the experience is intriguing enough, travel to bear witness to that authenticity. To be authentic is to be seen as having better value than something mass-produced by an unseen, indifferent manufacturer. This would be true in any part of the agricultural sector as well as forestry.

Agricultural products, the countryside in general and wine, in my case in particular, lend themselves dramatically to filling the quest for authentic products and experiences. So the question is: How is the wine industry developing and adding value to the product? One is through wine tourism. A lot of investment has gone into developing magnificent facilities and making sure that new entrants to the industry are market-ready, paying attention to how the people who serve the public are trained, and excellence in retail sales and licensee sales.

Another way the industry is being developed is through research. The Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, is conducted research on wine, winery tourism, viticulture and wine-making as we speak. The Wine Council of Ontario has also engaged in a number of studies that inform strategic directions. Also, individual wineries engage in their own research. Much of it is proprietary, but they share much of their research.

I do want to stress, however, that a fundamental way to develop the industry through research has been abolished in many provinces — that is, the abolition of many of the extension services. In our case, that abolition of the extension services is limiting our producers to solve the day-to-day problems. My institute is concerned with applied research as well as basic research, but day-to-day problems languish for the most part because we do not have that service of the extension services.

Developing the industry through linkages has been an intriguing development in our industry in particular. A number of years ago — through a federal grant, I might add — A Taste of Niagara was developed. This program linked farmers with chefs for certain produce. In other words, a chef wanting blue potatoes could contract with a local farmer, and that farmer could grow specifically for that chef. It is a popular service now, and many restaurants have hired their own “foragers” to seek out farmers to develop special products for our local chefs.

consommateur» — pas en fonction de l’âge, mais ceux qui achetaient entre les années 50 et 70 — recherchaient la commodité et un grand choix de produits à bas prix.

Toutefois, ce qui motive le nouveau consommateur, c’est la quête d’authenticité. La valeur ajoutée recherchée dans le produit, c’est son authenticité. Un nouveau consommateur recherche des produits qui sont naturels, définis dans le temps et l’espace, et il sera prêt, si sa curiosité est piquée suffisamment, à faire un détour pour être témoin de l’authenticité du produit. L’authenticité d’un produit semble lui conférer une plus grande valeur qu’à un autre, produit en série par un fabricant invisible et indifférent. Cela est vrai pour n’importe quel secteur agricole ou forestier.

Les produits agricoles, la campagne en général et le vin en particulier, dans le cas qui nous intéresse, répondent merveilleusement bien à leur soif d’authenticité dans leur quête de produits et d’expériences. La question qui se pose est: Comment l’industrie vinicole procède-t-elle pour élaborer son produit, le vin, et augmenter sa valeur? Le tourisme viticole est l’une des façons. De gros investissements ont été faits pour construire des installations d’une grande splendeur et améliorer l’accueil réservé sur le marché aux nouveaux entrants, pour des séances de formation et des programmes de perfectionnement professionnel des employés, notamment en matière de commerce de détail et de concession.

Le développement de l’industrie se fait aussi au moyen de la recherche. Le Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, fait actuellement des recherches sur le vin, les visites de vignobles, la viticulture et la fabrication du vin. Le Wine Council of Ontario a aussi effectué des études pour définir ses orientations stratégiques. Alors que des établissements vinicoles font leurs propres recherches. La plupart de ces recherches sont exclusives, mais les établissements partagent une grande partie des résultats de leurs recherches avec le reste de l’industrie.

Je veux, toutefois, souligner qu’un outil essentiel de développement de l’industrie par la recherche a été aboli dans un grand nombre de provinces — c’est-à-dire les services de consultation. Dans notre cas, cette interdiction des services de consultation rend plus difficile la résolution, par les producteurs, des problèmes quotidiens. Mon institut se préoccupe autant de la recherche appliquée que de la recherche fondamentale, mais la plupart des problèmes quotidiens persistent, car ce service de consultation n’existe plus.

Le développement de l’industrie au moyen de liens a été un progrès fascinant particulièrement dans notre secteur. Il y a quelques années — grâce à une subvention fédérale — le projet Taste of Niagara était entrepris. Ce programme visait à établir des liens entre des agricultures et des chefs cuisiniers sur un produit. En d’autres mots, un chef qui voulait des pommes de terre bleues pouvait passer un contrat avec un agriculteur local qui devait les cultiver spécialement pour lui. Ce service est devenu populaire aujourd’hui et de nombreux restaurants ont leurs propres «chasseurs» qui vont à la recherche d’agriculteurs qui fourniront des produits spéciaux aux chefs locaux.

Another way of developing the industry is through major events sponsored by large organizations and by individual wineries. Another is through information sharing, conferences and seminars. Our university held a conference not too long ago called “Bacchus to the Future” where we brought together all stakeholders — namely, industry, trade and scientists — and we learned together. This November there is a conference on culinary tourism that should be intriguing. Five university campuses will work together to conduct research to advance the whole movement toward culinary tourism. It will go for three years. It will not be just one-year research. It is a three-year block.

Regarding information sharing, I cannot underscore enough how well the wine industry works together. We collaborate; we realize that although we are good, we are very small. Because we are small, we cannot operate alone. Our brand is Canada.

The Chairman: Does that mean that people in Ontario are working with people in the industry in places like British Columbia?

Ms. Bramble: My remarks are more grounded in the way in which our producers work with not only the wineries within Ontario, but also with the stakeholders, the suppliers and the tourism organizations within Ontario.

However, I know through such organizations as the Canadian Vintners Association, other associations and the liquor boards that there are many endeavours where we can bring together more closely our wine-producing communities. We realize we are too small to go it alone. Those are a few ways in which the product is being developed to gain greater value-added.

As to marketing, the usual marketing venues such as the distribution channels of liquor boards, the imprint of the VQA, winery tourism, stores and events, and the media, are continuously being pursued. However, the most significant project in Ontario has been the recent initiative in partnership with the Liquor Board of Ontario, LCBO, to promote Ontario wines. The program is called “WOW,” for “wonderful Ontario wines.” The LCBO and the wineries worked together to develop a training package that enabled 250 selected stores to be trained just on the products of Ontario. Thus, when a customer wants to know more about a particular Riesling, someone at the store has specific knowledge and training relating to the product. That has been a successful program, and the sales results have borne that out.

In respect of the ways in which other agricultural sectors might improve their value-added products is to improve access to the rural experience. Today’s consumers want authentic products. They want to go to the country. They want to experience what that is like.

Un autre moyen de développer l’industrie est d’organiser de grands événements parrainés par de grandes organisations ou par des établissements vinicoles particuliers. Une autre façon est d’organiser des conférences et des colloques pour inciter l’échange d’informations. L’université a organisé, il n’y a pas longtemps, l’événement «Bacchus to the Future» qui a réuni tous les intervenants — notamment, l’industrie, le commerce et des scientifiques — pour qu’ils apprennent les uns des autres. En novembre de cette année, il y aura une conférence sur le tourisme culinaire. Cinq universités collaboreront au niveau de la recherche visant à promouvoir le tourisme culinaire. Le projet devrait se poursuivre sur un horizon de trois ans.

En ce qui concerne les échanges d’informations, je ne peux assez insister sur les excellents échanges d’information au sein de l’industrie. Nous collaborons; nous sommes conscients du fait que même si nous sommes bons, nous sommes très petits et pour cette raison, nous ne pouvons fonctionner seul. Notre marque est le Canada.

Le président: Cela veut-il dire que des gens de l’Ontario collaborent avec des gens de l’industrie dans des endroits comme la Colombie-Britannique?

Mme Bramble: Mes remarques signifiaient plus que nos producteurs collaborent non seulement avec les établissements vinicoles dans l’Ontario, mais aussi avec les intervenants, les fournisseurs et les agences de tourisme de l’Ontario.

Toutefois, je sais, par le biais d’organisations comme la Canadian Vintners Association, d’autres associations et la Régie des alcools que nous pouvons faire encore plus pour établir une collaboration plus étroite entre nos communautés vinicoles. Nous réalisons que nous sommes trop petits pour travailler seul. Voilà quelques façons pour élaborer le produit et augmenter sa valeur.

En ce qui concerne la commercialisation, les rencontres habituelles tels que les circuits de commercialisation de la Régie des alcools, l’appellation VQA, le tourisme viticole, les magasins de vins, les événements et les médias sont toujours bien courus. Toutefois, le récent partenariat avec la Régie des alcools de l’Ontario pour promouvoir les vins ontariens est le plus important projet en Ontario. Le programme s’appelle «WOW», «wonderful Ontario wines». La Régie des alcools de l’Ontario et les établissements vinicoles collaborent pour élaborer un programme de formation qui permettra à des employés de 250 succursales choisies de suivre une formation uniquement consacrée aux produits de l’Ontario. Donc, si un client a une question sur un Riesling particulier, un employé aura reçu une formation et acquis des connaissances spécifiques à ce produit. Le programme a donné des résultats excellents et les ventes sont là pour le prouver.

Pour augmenter les produits agricoles à valeur ajoutée des autres secteurs de l’agriculture, il faut améliorer l’accès à l’expérience rurale. De nos jours, les consommateurs recherchent des produits authentiques. Ils veulent se rendre à la campagne et voir par eux-mêmes ce qu’il en est.

My other recommendations are to: support entrepreneurs who have an original product to sell; facilitate linkages between suppliers and manufacturers; encourage the development of rural events; support the means of information sharing and learning; and, encourage local cooperation among holders.

The third question is what needs to be done to increase the domestic market share for domestic wines. First, we need to create a more level playing field in Canada. We are one of the largest importers of wine from all the major wine regions, but our producers must surrender to some of the subsidies that these same exporters to Canada have that our producers do not have. That is an unfair disadvantage.

Second, the heavy tax burden that our industry shoulders presents an unfair practice. This tax is, in fact, the highest in the world. I am sure you have heard this from other commentators on the wine industry. Therefore, the recommendation is to make the playing field more level by providing excise tax exemptions for wineries making smaller production levels of VQA-only wines — in other words, the wines that are produced in Canada, not imported from outside offshore.

What needs to be done to increase the market share in export? In respect of Asia it has been straightforward, but in respect of access to the EU, other sectors in the U.S. and other export markets, they need to realize that when they buy Canadian, that product is consistent. My recommendation is to continue to support exporting marketing efforts while attaching some urgency to establishing national standards for wine as has been achieved for other agricultural products.

That leads me to my next question: What are the issues relating to national standards designed to increase quality, assure confidence and increase value-added? My recommendation here is to move forward on standards that will not only complement federal legislation as outlined by the Canada Agricultural Products Act but also bring together the provinces on an agreed upon national standard for wine products.

How are standards used as marketing tools? Not only has it been demonstrated in France, Italy, Spain, and all over the EU, but also in our own Province of Ontario, for instance, where the VQA is legislated in law, it has also alerted the public to the fact that Ontario makes premium wines from some of the world's finest vinifera grape varieties. It has also established a level of consumer confidence shown by the fact that VQA sales have increased by double digits every year since the creation of the system, and the system is so powerful it is now being emulated in several jurisdictions in the United States.

My recommendation is to encourage the provinces of Quebec and Nova Scotia to establish standards of their own and, with the province of British Columbia, legislate those standards into law in order to have the ability to enforce the standards set. All that should be aligned with the national legislation of the Canada Agricultural Products Act.

Mes autres suggestions sont les suivantes: aider les entrepreneurs qui ont un produit original à vendre; faciliter l'établissement de liens entre fournisseurs et fabricants; favoriser la tenue d'événements ruraux; favoriser l'échange d'informations et l'apprentissage. Et favoriser la coopération entre intervenants à l'échelle locale.

La troisième question: que faut-il faire pour augmenter la part du marché des vins canadiens ici? Premièrement, il faut uniformiser les règles du jeu au Canada. Le Canada est un des plus grands importateurs de vin de toutes les grandes régions vinicoles. Cependant, nos producteurs ne bénéficient pas des mêmes subventions que leurs concurrents qui exportent au Canada. C'est une concurrence déloyale.

Deuxièmement, le lourd fardeau fiscal que doit porter notre industrie. Ce fardeau fiscal est en fait le plus élevé au monde. Je suis sûr que vous avez entendu d'autres commentateurs de l'industrie vinicole le dire. Donc, la suggestion vise à mieux uniformiser les règles du jeu en exonérant les petits producteurs de vin VQA des droits d'accise — autrement dit, les vins qui sont produits au Canada, pas ceux qui sont importés de l'étranger.

Que faut-il faire pour augmenter la part du marché des vins canadiens à l'étranger? En Asie, c'est on ne peut plus clair, mais en ce qui concerne l'accès à l'UE, à d'autres secteurs des États-Unis et à d'autres marchés d'exportation, ils doivent réaliser que lorsqu'ils achètent du vin canadien, ils achètent un vin de qualité uniforme. Je suggère de continuer de soutenir les efforts de commercialisation à l'exportation tout en reconnaissant l'urgence d'établir des normes nationales pour le vin comme cela a été fait pour d'autres produits agricoles.

Ce qui m'amène à ma prochaine question: pourquoi des normes nationales visant à augmenter la qualité, la confiance et la valeur ajoutée? Je suggère l'élaboration de normes qui, non seulement compléteront la législation fédérale comme le prévoit la Loi sur les produits agricoles au Canada, mais aussi elles réuniront les provinces autour d'une norme nationale convenue sur les produits vinicoles.

Normes utilisées comme instrument de commercialisation. Cela a été démontré en France, en Italie, en Espagne et dans toute l'Europe, mais aussi dans notre propre province de l'Ontario où, par exemple, la VQA a été inscrite dans une loi, elle aide à sensibiliser le public au fait que l'Ontario produit des vins de qualité supérieure à partir de variétés de raisins vinifera parmi les meilleures au monde. Elle a gagné la confiance des consommateurs puisque les ventes de vin VQA ont augmenté d'au moins 10 p. 100 chaque année depuis l'introduction de l'appellation. L'appellation est si efficace qu'elle est copiée dans plusieurs États américains.

Je suggère d'encourager les provinces du Québec et de la Nouvelle-Écosse à établir leurs propres normes et, avec la Colombie-Britannique, les inscrire dans une loi imposant leur adoption dans le respect de la Loi sur les produits agricoles au Canada.

My last comment today relates to the research being conducted locally and nationally. In Ontario, as I mentioned earlier, the erosion of government extension and research services with the demise of the Vineland Research Station has not only made it more difficult to keep up with the advances in the field, but also difficult to solve immediate problems and problems of a short-term nature. Government funding support is an integral part of the wine sector, as it is in many parts of the world. CCOVI, my institute at Brock University, is conducting research in several areas — in sensory evaluation, flavour development in the vineyard, icewine production, wine marketing, wine tourism, wine sales and service, climate and soil studies, and integrated pest management. However, it is not geared to serve the day-to-day extension needs of our producers.

Therefore my recommendation is to increase government funding support for extension services and research to enable the industry to respond more nimbly to practical problems.

I should be honoured and privileged to respond to any of your questions.

The Chairman: Dr. Bramble, thank you very much for that most excellent presentation. You have come up with many good suggestions that can be applied not only to wine but also to many other agricultural products.

You talked about the importance of tourism, doing more research, special projects for special chefs, information sharing, and one of them that really sticks out is what you called “access to the rural experience.” Three or four years ago this committee was in Europe with Senator Gustafson and one of the things that the European Community is doing and is funding is what they called the “Doctrine of Multi-functionality.” That is to say, you look at many things you can do in your rural community besides just producing a product to encourage people to go back to the farms and economically develop your rural communities. I was fascinated you raised that as one of your options today.

Senator St. Germain: You have spoken of the heavy tax burden that our industry has to face. It is borne out that if you buy wines and drink wines you will find that some of the imported wines have excellent quality and they are priced in such a manner that if you are seeking quality you have a tendency to gravitate toward these imported wines. I believe it is strictly on price. It is unfortunate. If we are taxed the highest in the world in our wine industry, what chance is there if there are two bottles of wine and one is imported and has a superior quality, logically that is the one that will move off the shelf.

Is there anything else that can be done? I know this for a fact because I drink red wines. I have noticed that in respect of some of the imported wines from Australia and South Africa, if you go dollar for dollar, you will end up often with a better tasting wine in the imported wines. It is not that there are not good wines in the Canadian version on the shelves but they are priced higher.

Mon dernier commentaire, aujourd’hui, a trait à la recherche faite aux niveaux local et national. Pour l’Ontario, comme je l’ai mentionné plus tôt, l’érosion des services publics en matière de consultation et de recherches, ajoutée à la fermeture de la station de recherches Vineland, a pour effet qu’il est maintenant plus difficile de suivre les progrès dans le domaine et de résoudre les problèmes immédiats et à court terme. Dans bien d’autres pays, le secteur viticole peut compter sur une aide financière du gouvernement. Le CCOVI de l’Université Brock fait de la recherche en matière d’évaluation organoleptique, de rehaussement de la saveur du raisin dans les vignobles, de production de vin de glace, de commercialisation du vin, de tourisme viticole, de ventes et de services, d’études sur le climat et les sols, de lutttes antiparasitaires intégrées; mais il n’est pas en mesure de répondre aux besoins quotidiens des producteurs en matière de consultation.

Par conséquent, je recommande que le gouvernement augmente l’aide financière aux secteurs de la consultation et de la recherche pour permettre à l’industrie de régler ses problèmes pratiques avec plus de souplesse.

Je me ferai un plaisir de répondre à vos questions.

Le président: Madame Bramble, je vous remercie de votre excellent témoignage. Vous avez fait beaucoup de bonnes suggestions qui peuvent être mises en oeuvre non seulement pour le vin mais aussi pour beaucoup d’autres produits agricoles.

Vous avez parlé de l’importance du tourisme, de faire plus de recherches, de projets spéciaux pour des chefs spéciaux, d’échanges d’information et d’une suggestion qui ressort nettement, celle que vous avez appelée «l’accès à l’expérience rurale». Il y a trois ou quatre ans, le comité était en Europe avec le sénateur Gustafson et l’une des choses que la communauté européenne entreprend et finance est ce qu’elle appelle la «doctrine de la multifonctionnalité». C’est-à-dire que vous examinez plusieurs choses que vous pouvez faire dans votre communauté rurale en dehors de la production directe afin d’encourager les gens à retourner à la ferme et à participer à l’essor économique de leur communauté rurale. J’ai été fasciné de voir que ce soit l’une de vos suggestions.

Le sénateur St. Germain: Vous avez parlé du lourd fardeau fiscal imposé à notre industrie. Le fait est que si vous achetez des vins et que vous les buvez, vous remarquerez que des vins importés sont d’excellente qualité et que leurs prix signalent bien que si vous recherchez de la qualité, vous aurez tendance à acheter ces vins importés. Je crois que cela est fondé strictement sur le prix. C’est malheureux. Si le plus lourd fardeau fiscal au monde est imposé à notre industrie, il est logique qu’entre deux bouteilles de vin, une étant importée et d’une qualité supérieure, nous achetons celle-là.

Y a-t-il quoi que ce soit d’autre à faire? J’en parle en connaissance de cause puisque je bois du vin rouge. J’ai remarqué que certains vins importés d’Australie ou d’Afrique du Sud sont souvent meilleurs que les vins canadiens qui ont des prix équivalents. Cela ne veut pas dire qu’il n’y a pas de bons vins canadiens à l’étalage, mais ils sont plus chers.

Ms. Bramble: Fifty-eight per cent of every bottle of wine goes back to the government, which is not the same in jurisdictions such as Australia or California. That means that far less money going back into the pockets of our producers can be reinvested into vineyards, technology, advancing sales and marketing, et cetera.

Senator St. Germain: Is our growing technology of grapes comparable to the Napa Valley? I use the example of Napa Valley because I have been there and I know they have technologies such as sensors and computers to monitor moisture. They have the whole gambit. Are we competitive in that way in our vineyards?

Ms. Bramble: I would love to say that we are. Our producers are aware of the technological advances. They also come with a price. Technology is highly capital intensive. Inasmuch as our producers are young — we are only two and a half decades old — we do not have the same kind of evolution on which to base our history. In other words, it was only in 1975 when the birth of our modern industry really began. Jurisdictions such as California and Australia knew they could grow vinifera, which are the better quality grapes. It was not until the late 1970s to mid-1980s when we realized we could grow Riesling, Chardonnay and Pinot Noir. We are still discovering what other reds we can grow well. We are discovering we can grow Pinot Noir well. Believe it or not, we can grow Syrah well.

To your question, senator, when they can afford it, yes, the larger companies, such as Vincor, which is the fourth largest wine company in North America, and Andrés, which is the second largest in Canada, do have sensors in the field. They can sit in their bedrooms and know what is going on and at what temperature their fermentation tanks so, so that if one is too high, the vintner only has to push a button and the cooling sheets will start to pour down on the sides. However, our producers are much smaller, for the most part, and do not have access to that kind of technology. To answer the question of whether we are equal with Napa, no.

I would like to answer a question perhaps you did not, ask and that is whether the quality of our wines is equal to that of many of the wine regions in California. I can demonstrate to you that on many levels of types and styles of wines, indeed they are. On the basis of cool climate to cool climate, when we are compared to a climate such as Burgundy, I can demonstrate that. I have on many occasions. Just last November I had all of the CEOs and their regulators of all of the provinces in Canada gathered at a blind tasting. We have 14 wines, half Canadian, half international, and 13 out of 14 in a blind tasting preferred the Canadian wines. They were paired price for price, blend for blend and variety for variety. I had a Burgundy and I also had a Bordeaux. The Bordeaux was \$29 a bottle and the Canadian blend came from the Okanagan — actually it was a Jackson-Triggs — and that was \$14.95.

Therefore the answer to your question is yes and no.

Mme Bramble: Cinquante-huit pour cent de chaque bouteille de vin revient au gouvernement, ce qui n'est pas le cas en Australie ou en Californie. Cela signifie qu'il y a beaucoup moins d'argent qui retourne dans les poches de nos producteurs et qui ne peut être réinvesti dans les vignobles, dans la technologie, la promotion des ventes et la commercialisation, et cetera.

Le sénateur St. Germain: Est-ce que, du point de vue technologique, notre culture de la vigne est comparable à celle de la vallée de Napa? Je prends la vallée de Napa comme exemple, car j'y étais et je sais que l'on y utilise des détecteurs et des ordinateurs pour contrôler l'humidité. Ils ont tout le matériel. Est-ce que nos viticulteurs utilisent ce type de technologie?

Mme Bramble: J'aurais tellement voulu vous répondre oui. Nos producteurs sont au courant des progrès technologiques. La nouvelle technologie coûte cher et demande beaucoup de capitaux. Étant donné que nos producteurs sont jeunes — nous n'existons que depuis deux décennies et demie — nous n'avons pas les mêmes antécédents historiques. Autrement dit, ce n'est qu'en 1975 que notre industrie a été fondée. La Californie et l'Australie savaient qu'ils pouvaient cultiver l'espèce vinifera, qui est la vigne de meilleure qualité. Ce n'est que vers la fin des années 70 jusqu'au milieu des années 80, que nous avons appris que nous pouvions cultiver du Riesling, du Chardonnay et du Pinot Noir. Nous cherchons encore d'autres rouges que nous pouvons cultiver. Nous venons de découvrir que nous pouvons bien cultiver le Pinot Noir. Croyez-le ou non, nous pouvons aussi cultiver le Syrah.

Pour répondre à votre question, sénateur, lorsqu'ils le peuvent, oui, les grandes compagnies, comme Vincor, qui est la quatrième société vinicole en Amérique du Nord et Andrés, qui est la seconde au Canada, ont installé des détecteurs dans les vignobles. Le viticulteur, à partir de son canapé, surveiller ce qui se passe et suivre la température de ses cuves de fermentation et, si elle est trop élevée, il n'a qu'à appuyer sur un bouton et les panneaux de refroidissement entreront en action. Toutefois, la majorité de nos producteurs sont trop petits et n'ont pas accès à cette technologie. Pour répondre à votre question, nous n'avons pas les mêmes moyens technologiques qu'à Napa.

Je voudrais répondre à une question que vous n'avez peut-être pas posée et qui concerne la qualité de nos vins comparativement à celle de nombreux vins californiens. Je peux vous prouver que plusieurs types et styles de nos vins sont comparables aux vins californiens. En se basant sur une comparaison dans un climat froid, si l'on nous compare à un climat comme celui de la Bourgogne, je peux montrer cela. Je l'ai fait plusieurs fois. Une dégustation anonyme, en novembre dernier, réunissait tous les PDG et leurs responsables de la réglementation de toutes provinces du Canada. Il y avait 14 vins, sept canadiens, sept étrangers. 13 des 14 des vins préférés étaient des vins canadiens. Ils étaient appariés aux vins étrangers en fonction du prix, des mélanges et de la variété. J'avais un Bourgogne et aussi un Bordeaux. La bouteille de Bordeaux valait 29 \$ et le mélange canadien venait de l'Okanagan — c'était un Jackson-Triggs — à 14,95 \$.

Donc, la réponse à votre question est oui et non.

Senator St. Germain: Would we improve our quality if we did go to the advanced technology that Napa has? Has Napa been subsidized by the American government?

I am asking particularly about California because I happen to live on the West Coast and the people of California are our natural cousins.

Ms. Bramble: Let me give you an illustration. You may know that California is in the process of being devastated by a little bug called the glassy-winged sharpshooter, which is a vector for Pierce's disease. There is no cure for it and once it hits a vineyard, the stock is wiped out.

In fact, in the late 1800s — 1890 I believe — it struck a little village called Anaheim and they were never able to grow grapes there. They were California's leading wine producer at the time. A few decades later, a fellow by the name of Walt Disney happened to buy property in Anaheim and turned it into a different industry. However, the American industry is putting in millions of dollars to fund research to try to stem and correct that pest problem.

In 2001, we were invaded by a little Asian ladybird beetle — a little orange bug that looks like a ladybug. When it hit the fermentation vats it tainted the wines. Our producers had to dump thousands and thousands of litres of wine because it was no good. We do not have the kind of support from our governments to invest in the research to come up with solutions. Our university has done the best it can with, I believe it was, a \$50,000 grant; however, those kinds of grants do not lead to long-term results and long-term addressing the question. We do not have the same kind of support from our governments that they do in California.

Senator Mercer: I enjoyed your presentation. You mentioned that five universities are conducting some research. I assume Brock University is one. What are the other four?

Ms. Bramble: There is Guelph University, Ryerson, the University of Windsor, and Humber College.

Senator Mercer: Those universities — with the exception of Humber, which is located in Toronto — are all located in southwestern Ontario. I am from Nova Scotia, where I think we are at the infancy stage of our wine industry. I am very excited by what has happened in Niagara and the Okanagan. With our natural beauty, our beaches and all the other things that we have on the East Coast, and I think — if we can create quality wine — we can match the value-added stuff quickly because of what we have at our doorstep.

I am interested to know if there is a way of adding a university, particularly from Nova Scotia, but obviously British Columbia, and perhaps Quebec, would be another one to do?

Le sénateur St. Germain: Est-ce que l'utilisation de technologie avancée comme celle utilisés par Napa améliorerait la qualité de nos vins? Est-ce que Napa reçoit des subventions du gouvernement américain?

Ma question vise particulièrement la Californie, car il se trouve que j'ai vécu sur la côte Ouest et que les Californiens sont nos cousins naturels.

Mme Bramble: Permettez-moi de répondre à l'aide d'un exemple. Vous savez peut-être que la Californie est sur le point d'être ravagée par un petit insecte appelé le tireur d'élite aux ailes de cristal ou «glassy-winged sharpshooter» qui transmet la maladie de Pierce. Cette maladie est, à ce jour, incurable et tout vignoble qui est en victime est décimé.

En fait, à la fin du XIX^e siècle — je crois que c'était en 1890 — la maladie de Pierce a ravagé un petit village appelé Anaheim et depuis, il est impossible d'y cultiver des vignes. À l'époque, cette région produisait le plus de vins en Californie. Quelques décennies plus tard, un homme, du nom de Walt Disney, a acheté des terrains à Anaheim et a créé une nouvelle industrie. Cependant, l'industrie américaine finance, à coup de millions de dollars, des recherches visant à enrayer et à régler ce problème d'infestation.

En 2001, nous avons été envahis par une petite coccinelle asiatique de couleur orange. Quand cet insecte pénétrait dans les cuves de fermentation, il avariât les vins. Nos producteurs ont dû déverser des milliers et des milliers de litres de vins avariés. Nous ne bénéficions pas d'aide de nos gouvernements pour financer des recherches pour trouver des solutions. Notre université a fait de son mieux, avec une subvention qui s'élevait à, je crois, 50 000 \$; cependant, de tels montants ne permettent pas d'obtenir des résultats ou des réponses à long terme. Nos gouvernements ne nous accordent pas le même type d'aide dont bénéficient les Californiens.

Le sénateur Mercer: J'ai beaucoup apprécié votre témoignage. Vous avez mentionné que cinq universités faisaient des recherches. Je suppose que l'Université Brock en fait partie. Quelles sont les quatre autres?

Mme Bramble: Il y a l'Université de Guelph, de Ryerson, l'Université de Windsor et le Humber College.

Le sénateur Mercer: Ces universités — à l'exception du Humber College qui est à Toronto — sont toutes situées dans le sud-ouest de l'Ontario. Je suis originaire de la Nouvelle-Écosse où, je crois, que l'industrie vinicole en est à ses premiers balbutiements. Je suis ravi des progrès accomplis dans les régions de Niagara et de l'Okanagan. Grâce à la beauté de nos paysages, de nos plages et de toutes les autres choses que nous avons sur la côte Est, je crois — et nous pouvons fabriquer un vin de qualité — que nous pouvons augmenter la valeur ajoutée rapidement, grâce à ce que nous avons à portée de la main.

Je voudrais savoir s'il est possible d'ajouter une université, particulièrement de la Nouvelle-Écosse, certainement de la Colombie-Britannique et peut-être du Québec?

My second question is in regard to the removal of the excise duty, which is something we have heard from others. I get nervous that if we remove the excise duty, the provincial government quickly moves in and bumps up the taxes to the extent that the price remains the same. It just means the revenues are going into the provincial coffers as opposed to the federal coffers in Revenue Canada. We talked about removing the excise tax, but we have not heard anyone talk about giving preferential provincial tax breaks to Canadian-produced wine. Has that been addressed by the industry, either from an academic point of view or from a producer's point of view?

Ms. Bramble: With regard to your first comment and question, I think you have pointed out a serious omission in the Conference on Culinary Tourism. When I go back — I am on the board — I will suggest that we add representatives from British Columbia, Nova Scotia and Quebec. Thank you very much, senator.

I am also happy to say that we have an arrangement with a university — I have now forgotten its name — in Nova Scotia, an articulation agreement whereby, following your two-year program, students come to ours to finish their baccalaureate degree. I have had three students from Nova Scotia and they are wonderful. I am happy that we have that agreement. We also have a similar agreement with British Columbia.

I am not sure, but possibly we have not explored some kind of support for our producers — in Ontario, in particular — because of NAFTA. I believe that when that was agreed upon, the Americans said that our producers could not have any kind of edge over American products. I think this is probably why that has not been revisited.

Senator Mercer: My final question relates to your comment very early in your presentation when you talked about A Taste of Niagara. My colleagues have heard me talk about a program called A Taste of Nova Scotia, which is a similar program where they are trying to blend the marketing of all the products of Nova Scotia, fish as well as agricultural. Our wineries are also involved.

Can that model be copied? Again, I do not think British Columbia needs as much help, but perhaps the Quebec and the Nova Scotia winery industries could use follow Taste of Niagara process. I know, having visited the Niagara peninsula and some of the wineries, how terrific the value-added that is put on the production of grapes and wine is, as it is in the Okanagan.

Is it a template that can be easily transferable and say, if you follow this model with certain adaptations, you should be successful?

Ms. Bramble: We started our program in 1996 when we started our program. We took our lead from Nova Scotia and Heather MacLean. She came down and taught us how you

Ma seconde question porte sur l'élimination des droits d'accise mentionnés par d'autres personnes. Je crains que si nous éliminons les droits d'accise, le gouvernement provincial ne tardera pas à augmenter les impôts et les prix des vins ne changeront pas. Ce qui veut simplement dire que les revenus iront dans les coffres provinciaux au lieu d'aller dans les coffres fédéraux de Revenu Canada. Nous avons parlé de l'élimination des droits d'accise, mais personne n'a mentionné des allègements fiscaux provinciaux préférentiels pour les vins produits au Canada. Est-ce que cette question a été abordée par l'industrie, que ce soit d'un point de vue académique ou d'un point de vue de producteur?

Mme Bramble: En ce qui concerne votre première question, je crois que vous avez souligné une grave lacune dans la Conférence sur le tourisme culinaire. À mon retour — je suis membre du conseil d'administration — je proposerai que nous ajoutions des représentants de la Colombie-Britannique, de la Nouvelle-Écosse et du Québec. Merci beaucoup, sénateur.

J'ai aussi le plaisir d'annoncer que nous avons un accord avec une université — dont le nom m'échappe pour l'instant — de la Nouvelle-Écosse, en vertu duquel, après un programme de deux ans, les étudiants viennent dans notre université pour se présenter au baccalauréat. J'ai eu trois excellents étudiants de la Nouvelle-Écosse. Je suis très heureuse que nous ayons pu conclure cet accord. Nous avons un accord similaire avec la Colombie-Britannique.

Je ne suis pas sûre, mais il est possible que nous n'ayons pas recherché de l'aide pour nos producteurs — surtout en Ontario — à cause de l'ALENA. Je crois qu'au cours des négociations, les Américains ont déclaré que nos producteurs ne devraient pas avoir un avantage sur les produits américains. Je crois que c'est pour cela que l'on n'est pas revenu sur ce point.

Le sénateur Mercer: Ma dernière question se rapporte aux commentaires que vous avez faits au début de votre témoignage à propos du «Taste of Niagara». Mes collègues m'ont entendu parler d'un programme similaire appelé «A Taste of Nova Scotia» qui vise une commercialisation mixte de tous les produits de la Nouvelle-Écosse, poissons aussi bien que produits agricoles. Nos établissements vinicoles y participent aussi.

Est-ce que ce programme peut servir d'exemple? Je répète que je ne crois pas que la Colombie-Britannique ait besoin de beaucoup d'aide, mais peut-être que les industries vinicoles du Québec et de la Nouvelle-Écosse pourraient utiliser le programme «A Taste of Niagara». J'ai constaté, après avoir visité la péninsule du Niagara et quelques établissements vinicoles, la valeur considérable qui est ajoutée dans la production des raisins et du vin, comme c'est le cas dans l'Okanagan.

Est-ce un programme facilement transférable et, s'il est mis en oeuvre avec quelques modifications, donnerait-il des résultats satisfaisants?

Mme Bramble: Nous avons lancé notre programme en 1996. Nous avons suivi l'exemple de la Nouvelle-Écosse et les recommandations de Heather MacLean. Elle est venue nous

did it. We loved it so much that we copied it — it was a wonderful model, and it is a healthy model.

The answer to your question is yes, I would endorse it heartily. It works, and it generates hope for sectors such as our farmers, who were leaving the business. In the mid- to late-1990s and mid-1990s, the real unemployment level in Niagara was 16 per cent. Our farmers were leaving the land and going to General Motors for work. We generated this project with the hope to keep more on the land. Using that objective as a measure, that program was very successful because it kept a lot more of our families on the farm.

The Chairman: Could you tell us a little bit more about how the project works? How does it keep more people on the farm and what does it actually do? Does it include all the vegetable crops, and wheats and barleys and grains; and in what way does it involve and include them, and how does it add value?

Ms. Bramble: The organization put together an inventory of all the suppliers of those products that were grown, raised or processed in the Niagara region and in broader region including Hamilton or Stoney Creek — in other words, a certain radius where distribution would not be an issue.

That inventory of producers — there were pig farmers, cheese makers, wine makers, farmers, fruit growers, vegetable growers, onion producers and so on — was distributed to all the chefs through the chefs' association in Ontario. We had a number of seminars and meetings, which brought them together. We helped them learn what the others were doing. We facilitated various contracts between them. We acted as a kind of conduit for their business transactions.

The Chairman: Did it all have to be organically grown?

Ms. Bramble: Not necessarily organic in terms of certified organic, but several are organic even though they are not certified as such.

We have producers such as Lakeland Game Meats, where a woman turned her property from a peach orchard into a venison farming operation. Another operation raises quail. If you go to Niagara, you will find Joe Speck's quail in many of our leading restaurants.

Senator Callbeck: I have several short questions and one main question. The excise tax exemption was mentioned earlier and I noticed that you are asking for exemption for smaller production level wineries.

Ms. Bramble: Yes.

Senator Callbeck: Is it not for all wineries?

Ms. Bramble: No, it is just for the smaller producers who produce year-to-year and vintage-to-vintage. I have a radio show called *Cheers Niagara* that Senator Oliver was kind enough to mention in his introduction. Last Friday I talked to an organic

montrer comment vous l'aviez mis en pratique. Nous étions tellement impressionnés que nous l'avons copié — c'est à la fois un modèle merveilleux et éclairé.

Alors, la réponse à votre question est oui, je l'appuie entièrement. Il est efficace et il suscite des espoirs dans des secteurs tel que celui de nos agriculteurs qui abandonnaient leurs fermes. Dans la deuxième partie des années 90, le taux de chômage réel dans la région de Niagara s'élevait à 16 p. 100. Nos agriculteurs quittaient leurs terres pour travailler chez General Motors. Nous avons créé ce projet dans l'espoir de diminuer l'exode rural. Cet objectif a été atteint, car un plus grand nombre de familles sont demeurées à la ferme.

La présidente: Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur la façon dont fonctionne le projet? Comment le programme réussit-il à retenir les gens à la ferme et que fait-il concrètement? Inclut-il toutes les récoltes de légumes, le blé, l'orge et les céréales; comment sont-elles incluses et de quelle façon ajoute-t-il de la valeur?

Mme Bramble: L'organisation a établi une liste de tous les fournisseurs des produits cultivés et traités dans la région de Niagara et dans une région plus grande incluant Hamilton ou Stoney Creek — autrement dit, dans une certaine région où la distribution ne poserait pas problème.

Cette liste des producteurs — il y avait des éleveurs de cochons, des fromagers, des agriculteurs, des fructiculteurs, des maraîchers et des producteurs d'oignons, et cetera — a été distribuée à tous les chefs par le biais de l'association des chefs cuisiniers de l'Ontario. Nous avons organisé des colloques et des réunions afin qu'ils se rencontrent. Nous leur avons communiqué ce que faisaient les autres. Nous les avons aidés à conclure des contrats entre eux. Nous avons été en quelque sorte un point de transit pour leurs transactions commerciales.

La présidente: Est-ce que les produits devaient tous être biologiques?

Mme Bramble: Pas nécessairement biologiques dans le sens de certifiés biologiques, mais plusieurs sont biologiques même s'ils ne sont pas certifiés comme tels.

Nous avons des producteurs comme Lakeland Game Meats où une femme a converti son verger de pêches en une entreprise d'élevage de gibier. Une autre entreprise élève des cailles. Si vous allez à Niagara, vous verrez que les menus d'un grand nombre de nos plus grands restaurants offrent des cailles de Joe Speck.

Le sénateur Callbeck: J'ai plusieurs petites questions et une grande question à vous poser. L'exemption des droits d'accise a été mentionnée tout à l'heure et j'ai remarqué que vous demandiez l'exemption pour les petits viticulteurs.

Mme Bramble: Oui.

Le sénateur Callbeck: Pas pour tous les établissements vinicoles?

Mme Bramble: Non, seulement pour les petits viticulteurs qui produisent année par année et vendanges par vendanges. J'anime une émission radiophonique appelée *Cheers Niagara* que le sénateur Oliver a eu la gentillesse de mentionner dans son

grower whose winery is called Frog Pond. Two winters ago, we had a devastating cold snap in January and the temperature dropped to minus 26 degrees Celsius. This grower lost his entire crop of Merlot grapes. Out of 10 acres, that is a pretty substantial hole. Larger producers such as Jackson-Triggs, Château des Charmes, Hillebrand and Peller Estates have residual behind them. That is my recommendation for the smaller producers who do not have that same kind of cash flow.

Senator Callbeck: I want to ask about the standard you spoke to for Nova Scotia and British Columbia. Are you advocating different standards for each province or are you advocating that they be harmonized?

Ms. Bramble: I am advocating that they be harmonized. British Columbia has not yet legislated its standards and I am advocating that they become law. In any case, those standards should be harmonized.

Some points of contention have gone on for so many years. I am suggesting that they simply get on with it and do it. I do not want to diminish their significance but what could be considered minor details could be worked out. It is necessary for the greater good to have standards set so that we are able to guarantee a certain level of consistency in our international exports.

Senator Callbeck: I want to ask a question about the first paragraph of your presentation. As we know, imports represent roughly 66 per cent of our domestic market. In other words, Canadians drink a great deal of imported wines. You do not feel that there is a general commitment by the liquor boards to buy Canadian wines. You have recommended that the government-controlled liquor boards should be given a strong mandate by the federal government to partner in a much more serious way with the domestic industry. How would the federal government do this?

Ms. Bramble: I had hope that this committee would come up with the answer to that. I do not know. It is a tough question because it is a provincial matter.

The Chairman: You are talking to a former provincial premier.

Ms. Bramble: Yes, but I do not know how that could be done. I am here to give you some recommendations on that but without superseding provincial jurisdictions, it is a difficult. Perhaps it could be done by moral suasion, by the report and by hearing from so many of the same people that you have listened to. I am sure that this is what all Canadians are requesting and now it is time to work together. I do not know if it could be done through legislation but I would expect not.

introduction. Vendredi dernier, j'ai parlé à un viticulteur biologique propriétaire d'un établissement appelé Frog Pond. Il y a deux hivers, nous avons connu une vague de froid dévastatrice au mois de janvier et la température a chuté à moins 26 degrés Celsius. Ce viticulteur a perdu toute sa récolte de raisins Merlot. Pour une superficie de 10 acres, c'est une perte assez considérable. Les grands producteurs comme Jackson-Triggs, Château des Charmes, Hillebrand and Peller Estates disposent des valeurs résiduelles. C'est pour cette raison que je recommande cela pour les petits viticulteurs qui ne disposent pas du même capital.

Le sénateur Callbeck: Je voudrais vous poser une question sur les normes dont vous avez parlé pour la Nouvelle-Écosse et la Colombie-Britannique. Est-ce que vous appuyez des normes différentes pour chaque province ou une harmonisation des normes?

Mme Bramble: J'appuie leur harmonisation. La Colombie-Britannique n'a pas encore légiféré ses normes et je voudrais qu'elle le soit. De toute façon, ces normes devraient être harmonisées.

Quelques points litigieux persistent depuis de nombreuses années. Je suggère qu'ils s'en occupent et qu'ils le fassent. Je ne veux pas diminuer leur importance, mais les petits détails devraient être réglés. Pour l'intérêt supérieur, il est nécessaire d'établir des normes de façon à ce que nous puissions garantir que nos exportations vers l'étranger respectent une certaine uniformité.

Le sénateur Callbeck: Je voudrais vous poser une question sur le premier paragraphe de votre témoignage. Comme vous le savez, les importations représentent environ 66 p. 100 de notre marché national. Autrement dit, les Canadiens consomment beaucoup de vins importés. On a l'impression que les régies des alcools ne font pas trop la promotion des vins canadiens. Vous avez recommandé que le gouvernement fédéral devrait conférer un solide mandat aux régies des alcools contrôlées par le gouvernement afin qu'elles collaborent plus sérieusement avec l'industrie nationale. Comment le gouvernement fédéral devrait-il s'y prendre?

Mme Bramble: J'espérais que le comité répondrait à cette question. Je ne sais pas. C'est une question difficile, car il s'agit d'une affaire provinciale.

La présidente: Vous parlez à un ancien premier ministre provincial.

Mme Bramble: Oui, mais je ne sais pas comment cela pourrait être fait. Je suis ici pour vous présenter quelques recommandations à ce sujet, mais sans me substituer à la compétence provinciale, c'est difficile. On y arriverait peut-être par la persuasion, par le rapport et par les témoignages de tous ceux que vous avez entendus. Je suis sûre que c'est ce que demandent tous les Canadiens et qu'il est temps de travailler ensemble. Je ne sais pas si cela peut être fait au moyen de la législation, mais je ne le crois pas.

Senator Callbeck: I have another question on recommendations on page 6. You have listed a number of them, such as improved access to the rural experience. Do you see a role for the federal government?

Ms. Bramble: Yes, I do. About one decade ago, I went to a sheep station in New Zealand. I found that sheep station by going through their consulate to find out what kinds of experiences I might enjoy. This sheep station on the south island had worked with the government to take on visitors and teach them all about life on a sheep station.

Such an effort not only enables farmers to upgrade to market ready but also gives them ideas on how to promote their products. I believe that there is a role for government in this.

Senator Callbeck: All of your research is available to wineries. Is that correct?

Ms. Bramble: Yes, it is available.

Senator Lawson: I want to follow briefly on Senator Callbeck's question about Canadian wines on provincial shelves. In my former life a Royal Commission dealt with the B.C. situation many years ago at the onset of the B.C. winery. At that time, you could get Kelowna red wine by the gallon but not much more. Then they began to produce some good wines.

We had many complaints from consumers about why we were not on the shelves. We went to the liquor control board to speak to the person responsible. We asked who made the decisions, whether they had a committee or brought people in from the industry. He said that no, it was his bias that dictated what went on the shelves. We knew that was not good enough so we made a recommendation that mandated they make space for B.C. wines.

The federal government cannot do it unless you use that moral suasion you mentioned. You have to contact people in the province — not just in the wineries — you have to speak to the liquor boards to tell them what you want on the shelves.

They also need to take some of their partners. It is interesting in the Okanagan Valley because we have all kinds of golf tournaments but the major golf courses downtown are not available for tournaments, so we go to the interior. They plan for 150 or 200 people, contact a golf course to take care of the banquet. Sometimes they can do it and sometimes they cannot. However, sometimes they will say that they can take the golfers on a wine tour. In the last few years a number of wineries have come to seat 150 or 200 people. They have discovered that working in partnership with the golf courses is lucrative for the wineries. They have the benefit of both of those. They talk about

Le sénateur Callbeck: J'ai une autre question au sujet des recommandations de la page 6. Vous en énumérez quelques-unes, notamment l'amélioration de l'accès à l'expérience rurale. Pensez-vous que le gouvernement fédéral peut y jouer un rôle?

Mme Bramble: Oui. J'ai visité, il y a 10 ans, une ferme ovine en Nouvelle-Zélande. Cette visite m'avait été recommandée par le consulat de ce pays. Cette ferme ovine, située dans la partie sud de l'île, faisait état de tous les aspects de la vie quotidienne d'une ferme ovine avec la collaboration du gouvernement.

Non seulement, ce type d'expérience permet aux agriculteurs de mieux se préparer à la commercialisation de leurs produits, mais de trouver aussi des idées sur la façon de promouvoir leurs produits. Je crois que le gouvernement a un rôle à jouer.

Le sénateur Callbeck: Est-ce que tous les établissements vinicoles ont accès à votre recherche?

Mme Bramble: Oui.

Le sénateur Lawson: Je voudrais poursuivre brièvement la question du sénateur Callbeck concernant les vins dans les magasins provinciaux. Avant d'entrer au Parlement, une commission royale avait examiné la situation en Colombie-Britannique lorsque l'industrie vinicole de la Colombie-Britannique était à ses débuts. À cette époque, on ne pouvait acheter le vin rouge de Kelowna que par gallon. Puis, ils ont produit quelques bons vins.

Nous avons reçu beaucoup de plaintes de la part de consommateurs demandant pourquoi les vins canadiens n'étaient pas sur les tablettes. Nous sommes allés parler au responsable de la régie des alcools. Nous lui avons demandé qui prenait les décisions, si c'était un comité ou des intervenants de l'industrie. Il a répondu non, il était le seul à décider de ce qui devait être mis sur les tablettes. Nous n'avons pas jugé cela suffisamment bon, donc, nous avons fait une recommandation demandant de l'espace dans les tablettes pour les vins de la Colombie-Britannique.

Le gouvernement fédéral ne peut pas le faire à moins que vous ne vous serviez des moyens de persuasion dont vous avez parlé. Il faut communiquer avec les gens dans la province — pas seulement dans les établissements vinicoles — il faut parler aux régies des alcools pour leur dire ce que vous voulez sur les tablettes.

Ils doivent aussi qu'ils parlent avec certains de leurs partenaires. La situation dans la vallée de l'Okanagan est intéressante car il y a plusieurs tournois de golf, mais les principaux terrains de golf du centre-ville n'étant pas disponibles pour les tournois, nous allons dans l'arrière-pays. Ils font leur projet en prévoyant environ 150 à 200 personnes, et communiquent avec les responsables d'un terrain de golf pour organiser le banquet. C'est quelque fois possible, parfois non. Des fois, ils emmènent les golfeurs visiter des établissements vinicoles. Certains établissements vinicoles ont reçu des groupes de 150 à 200 personnes au cours de ces dernières années. Ils ont

approaching the provinces for more shelf space but they should also bring all those people altogether who make a good dollar in the industry. That might be a way of reaching the provinces.

Does anyone have the statistics? I would like to know the percentage of B.C. wine in the B.C. Liquor Control Board. I would like to know what percentage of B.C. wine is on the Ontario shelves, and vice versa. Are we being regional, keeping it all in B.C. and restricting Ontario to access and vice versa? It would be helpful if we had those numbers. It could put pressure on the government if we say to the people of British Columbia that their liquor stores have 15 per cent of this, they only have 2 per cent of that or 4 per cent of another. We might be able to embarrass them into doing something. Any of those things that bring pressure might be helpful.

The Chairman: Dr. Bramble, do you have these kinds of statistics or do you know where we can get them?

Ms. Bramble: I do not have them, but I would be happy to get them for you. I could not agree more. We do not have any wines from Nova Scotia. On our vintages shelves, we have maybe 10 to 15 wines from British Columbia. We have no wines from Quebec on our shelves in Ontario. That is a travesty.

I would be happy to supply the committee with those statistics if you would care for me to track them down.

Senator Lawson: Please do. Some of us feel very strongly. We talk about free trade with the U.S. and Mexico, but it would be nice to have free trade with Canada.

Another pet peeve of mine is Air Canada — even when it was government owned. I am one of those who only drinks Riesling wines, like a German or Ontario or B.C. or California Riesling. They never have them on Air Canada. They have not had them for years and years. You can get them flying overseas but they do not have them here.

Over a period of time, I had 50 complaints. I went to them, they put me in touch with the wine purchaser, and so on. He explained to me why he did this. I said, "Wait a minute, now. Why would you not have some Ontario Rieslings? It is less costly than the French ones. Why not the B.C. Rieslings? It is a good wine that costs less. You are a Canadian airline, funded by Canadian taxpayers. Do you not think you have an obligation to do that?" He replied, "But people prefer French." I said, "They prefer French because there is nothing else to drink. We go back and forth to California all the time. On the California run, go to any grocery store in California and you get a \$5 Riesling, for

réalisé que le partenariat avec les terrains de golf était une collaboration lucrative pour les établissements vinicoles. Ils profitent de ces deux situations. Ils annoncent leur intention de contacter les provinces pour demander plus d'espace sur les tablettes des succursales des régies des alcools, mais ils devraient aussi réunir tous ces gens qui sont de bons clients de l'industrie vinicole. Ce serait un bon argument pour convaincre les provinces.

Quelqu'un a-t-il des statistiques? Je voudrais savoir le pourcentage de vins produits en Colombie-Britannique vendus par la Régie des alcools de Colombie-Britannique. Je voudrais savoir quel pourcentage de vins produits en Colombie-Britannique est vendu en Ontario, et vice versa. Sommes-nous régionalistes? C'est-à-dire tout garder en Colombie-Britannique et interdire l'accès aux vins ontariens et vice versa? Il serait utile d'avoir ces pourcentages. Cela pourrait être un moyen de pression sur le gouvernement si nous annonçons aux résidents de la Colombie-Britannique que leurs boutiques de vins offrent 15 p. 100 de ce produit, seulement 2 p. 100 de cet autre produit ou 4 p. 100 d'un autre produit. Nous pourrions peut-être les forcer à agir. N'importe lequel de ces moyens qui peut exercer une pression peut être utile.

Le président: Madame Bramble, avez-vous ces statistiques ou savez-vous où se les procurer?

Mme Bramble: Je ne les ai pas, mais je vous les communiquerai avec plaisir. Je suis tout à fait d'accord. Nous n'avons aucun vin de la Nouvelle-Écosse. Dans les rayons des millésimes, nous avons peut-être 10 ou 15 vins britannico-colombiens. Nous n'avons qu'un vin du Québec sur nos tablettes en Ontario. C'est une mascarade.

Je me ferais un plaisir de vous fournir ces statistiques si vous voulez que je les recherche.

Le sénateur Lawson: Faites, je vous prie. Certains d'entre nous attachent une grande importance à cette question. Nous parlons du libre-échange avec les États-Unis et le Mexique, mais il serait bien d'avoir un libre-échange à l'intérieur du Canada.

Je vais parler d'une autre de mes bêtes noires, Air Canada — même quand elle était propriété de l'État. Je fais partie de ceux qui ne boivent que des vins Riesling, des Riesling d'Allemagne, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique ou de la Californie. Il n'y en a jamais dans les vols d'Air Canada. Il y a des années qu'ils ne les ont plus. Ils sont disponibles sur les vols internationaux mais pas sur les vols intérieurs.

À une époque, j'avais reçu 50 plaintes. Je suis allé les avoir, ils m'ont mis en contact avec l'acheteur de vins, et ainsi de suite. Il m'a donné ses raisons. Je lui ai dit: «Une seconde, s'il vous plaît. Pourquoi n'avez-vous pas des Rieslings de l'Ontario? Ils sont moins chers que les Rieslings français. Pourquoi ne pas avoir des Rieslings de Colombie-Britannique? C'est un bon vin qui coûte moins cher. Vous travaillez pour une ligne aérienne canadienne, financée par les contribuables canadiens. Ne pensez-vous pas qu'il ait de votre devoir de vendre des vins canadiens?» Il a répondu: «Mais les gens préfèrent les vins français.» J'ai dit: «Ils préfèrent les vins français, car vous ne leur offrez rien d'autre. Nous allons

heaven's sake, for less cost. Why can you not have California wines going that way and B.C. wines coming back this way?" They gave me reasons why they could not do it.

After all my 50 complaints, I was at the APEC conference and I met the president and CEO of Air Canada. I said, "I want a word with you." He said, "Senator Lawson. You are the one with all the complaints about wines?" I said, "Yes." I said, "Why do not you have them on there?" He said, "Well, senator, nobody drinks Riesling any more." I said, "I knew you were going to give me that answer. Before I came here, I went to the Library of Parliament and asked tell me how many litres of Riesling wine we imported into Canada last year." He said, "Did you get the numbers?" I said, "Yes; nine million litres. If no one is drinking it, who is pouring it down the sewer?" He said, "Oh, I did not know that." I said, "Yes, but why will you not change it?" They still have not changed it. I wrote and complained. I am paying business class fare, which is now \$4,500 return, and I am getting zero class wine service. Why would they not just have one? I can order a special meal and you can put that out for me. When I want a special meal, get me a bottle of B.C. or Ontario Riesling and put it on there. I cannot do that.

I get very upset because it is our own airline. They are looking for all kind of financial support, and so on. If I give them any support, it will be conditional. That is a pet peeve.

The Chairman: Dr. Bramble, you came here to give us some information and now you have a real problem that we are asking you to solve. What is the answer to Senator Lawson's riddle about the non-service of Riesling wines in Canada? What is the answer to that?

Ms. Bramble: I would disagree with the president of Air Canada. Riesling, on the contrary, is on the rise.

Senator Lawson: Very much so.

Ms. Bramble: It is a wonderful, wonderful varietal wine. What was the question again, senator? I got sidetracked. I love Riesling.

Senator Lawson: Why will they not carry Canadian wines on the airline?

Ms. Bramble: It is what I call the pitfall of the label. Wine is a very intimidating product. It is a sure thing, if you like French wines, because all French wines, the assumption goes, are better wines. You will not be embarrassed or humiliated if you ask for a French wine.

I think it is as simple as that. It is also, what other countries call the "tall poppy syndrome." Many Canadian consumers, if they feel that any one of our own industries gets a little too tall and too big for its own breeches, they will knock it down. We do not have enough faith in our own product. That is another barrier of attitude that we do have that is being reflected on our liquor

en Californie tout le temps. En Californie, allez dans n'importe quelle épicerie et vous y trouverez un Riesling pour 5 \$ et même moins. Pourquoi ne pas avoir des vins californiens qui viennent de ce côté et les vins britanno-colombiens qui partent de l'autre? Ils m'ont expliqué pourquoi ils ne pouvaient pas le faire.

Après mes 50 plaintes, j'étais à la conférence de l'APEC et j'ai rencontré le président-directeur-général d'Air Canada. Je lui ai demandé si je pouvais lui parler. Il a répondu: «Sénateur Lawson. Êtes-vous celui qui a toutes ces plaintes au sujet des vins?» J'ai dit: «Oui, pourquoi n'offrez-vous pas ces vins à bord des avions?» Il a répondu: «Eh bien! sénateur, personne ne boit plus de Riesling.» J'ai dit: «Je savais que vous alliez me répondre ainsi. Avant de venir ici, j'étais à la Bibliothèque du Parlement et j'ai demandé qu'on me dise combien de litres de vin Riesling ont été importés au Canada l'année dernière.» Il a dit: «Vous a-t-on dit combien?» J'ai dit: «Oui; neuf millions de litres. Si personne ne le boit, qui le déverse dans les égouts?» Il a dit: «Oh! Je l'ignorais.» J'ai dit: «Oui, mais pourquoi ne pas changer cette situation?» Ils n'ont toujours rien fait. Je leur ai écrit et je me suis plaint. Je voyage en classe affaires, le billet coûte 4 500 \$ aller-retour, mais pour ce qui est du service en vins, je suis en classe zéro. Pourquoi ne veulent-ils pas en avoir seulement un? Je peux commander un repas spécial et ils pourront me le servir. Quand je commande un repas spécial, ils pourraient y ajouter un Riesling de Colombie-Britannique ou de l'Ontario. Mais, c'est impossible.

Je suis très mécontent, car c'est notre ligne aérienne nationale. Ils demandent toute sorte d'aides financières, et cetera. S'ils veulent mon appui, ce sera conditionnel. C'est une vraie bête noire.

La présidente: Madame Bramble, vous vous êtes présentée pour nous donner des renseignements et maintenant vous faites face à un vrai problème que nous vous demandons de résoudre. Que pouvez-vous dire au sénateur Lawson au sujet de l'absence de vins Riesling au Canada? Qu'en pensez-vous?

Mme Bramble: Je ne suis pas d'accord avec le président d'Air Canada. Le Riesling, au contraire, est de plus en plus populaire.

Le sénateur Lawson: Tout à fait.

Mme Bramble: C'est un excellent, excellent vin de cépage. Pouvez-vous me rappeler la question, sénateur? J'ai un peu dévié. J'adore le Riesling.

Le sénateur Lawson: Pour quelle raison n'offrent-ils pas des vins canadiens à bord des avions?

Mme Bramble: C'est ce que j'appelle le piège de la marque. Le vin est un produit très intimidant. Si vous aimez les vins français, vous pouvez être tranquille, car tous les vins français sont supposément meilleurs. Vous ne serez ni embarrassé ni humilié si vous commandez un vin français.

Je crois que c'est aussi simple que cela. C'est aussi ce qu'on appelle le «syndrome du grand pavot» dans d'autres pays. De nombreux consommateurs canadiens, lorsqu'ils estiment que l'une de nos propres industries est devenue un peu trop florissante, en diront du mal. Nous n'avons pas suffisamment foi en nos propres produits. C'est l'un de nos comportements qui

shelves — probably because our consumers need to be educated that to buy Canadian is not only a national thing to do out of national pride, it is also a wise thing to do out of quality and flavour.

It is the task of education and many of us are engaged in just that.

Senator Lawson: The only other question relates to federal regulations. One of the presenters told us that the regulations we have nationally are so outdated and so far behind the industry that they need to be updated. Do you share that view?

Ms. Bramble: I do.

Senator Lawson: With all your successes and all the things you have done in your career, was the Bramble bush named after you?

Ms. Bramble: They describe Zinfandel as having a brambleberry flavour. My only regret is that we do not grow Zinfandel in Canada.

The Chairman: Dr. Bramble, on behalf of the committee, I want to thank you very much for a most enthusiastic and interesting presentation, and an excellent response to the variety of questions. It has been very enjoyable and informative. Thank you very much.

The committee adjourned.

se reflète dans nos achats de vins — probablement parce que nos consommateurs doivent apprendre qu'acheter canadien n'est pas simplement un geste de fierté nationale, mais aussi un choix judicieux fondé sur la qualité et le goût.

Cela fait partie de l'éducation et un grand nombre d'entre nous fait justement cela.

Le sénateur Lawson: La seule autre question concerne la réglementation fédérale. Un des témoins nous a dit que la réglementation nationale est tellement démodée et très en retard par rapport à l'industrie qu'il est nécessaire de la réactualisée. Partagez-vous ce point de vue?

Mme Bramble: Oui.

Le sénateur Lawson: En considérant tous vos succès et tout ce que vous avez fait au cours de votre carrière, je me demande si le roncier a été nommé en votre honneur?

Mme Bramble: On dit que le Zinfandel a un goût de mûres. Mon seul regret est que nous ne cultivons pas de Zinfandel au Canada.

La présidente: Madame Bramble, au nom du comité, merci beaucoup pour votre témoignage enthousiaste et très intéressant ainsi que pour vos excellentes réponses à nos diverses questions. C'était un moment agréable et enrichissant. Merci beaucoup.

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

WITNESS

*From the Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Brock
University:*

Linda Bramble, Industry Liaison.

TÉMOIN

Du Cool Climate Oenology and Viticulture Institute, Université Brock:

Linda Bramble, liaison avec l'industrie.