



Chambre des communes
CANADA

**Sous-comité du commerce international, des
différends commerciaux et des investissements
internationaux du Comité permanent des affaires
étrangères et du commerce international**

SINT • NUMÉRO 012 • 1^{re} SESSION • 38^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le lundi 21 février 2005

—
Président

M. John Cannis

Toutes les publications parlementaires sont disponibles sur le
réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :

<http://www.parl.gc.ca>

Le Sous-comité du commerce international, des différends commerciaux et des investissements internationaux du Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international

Le lundi 21 février 2005

•(1535)

[Traduction]

Le président (M. John Cannis (Scarborough-Centre, Lib.)): La séance est ouverte.

J'aimerais tout d'abord souhaiter à nos invités, qui sont de retour au pays, la bienvenue à notre réunion du Sous-comité du commerce international, des différends commerciaux et des investissements internationaux du Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international.

Je vais vous présenter tour à tour nos invités. On me dit que, comme leur horaire est très chargé, ils seront probablement avec nous jusqu'à 16 h 45 environ.

Nous accueillons aujourd'hui Son Excellence l'ambassadeur Roderick Bell de l'ambassade canadienne en Arabie saoudite et Son Excellence l'ambassadeur David Hutton de l'ambassade canadienne aux Émirats arabes unis.

Permettez-moi d'ajouter que j'ai eu l'occasion de travailler avec M. Hutton lorsqu'il était ambassadeur en Grèce et qu'il sait bien accueillir ses visiteurs. Notre mission commerciale dans ce pays a été très réussie. David, c'est un plaisir de vous revoir.

Nous recevons également Son Excellence l'ambassadeur Denis Thibault, de l'ambassade canadienne au Koweït.

Nous saluons également la présence de M. Dwain Lingenfelter, qui occupe les fonctions de président-directeur général du Conseil de commerce canado-arabe et qui est vice-président des relations gouvernementales à Nexen Inc; de M. Mohamed Azzam, président du Conseil et président de Containerboard chez G.A. Paper International Inc. ainsi que de Richard Mann, qui est directeur général du Conseil. Nous avons aussi parmi nous M. Peter Ventin, directeur délégué et vice-président de Cansult Limited.

Messieurs, je ne sais pas dans quel ordre vous désirez commencer, alors je vous laisse le soin de décider. Nous vous invitons à nous présenter chacun un exposé de cinq à dix minutes, après quoi les membres du comité vous poseront des questions.

Bienvenue. La parole est à vous.

S.E.M. David Hutton (ambassadeur, Ambassade canadienne en Émirats arabes unis): Merci beaucoup, monsieur le président. Mes collègues m'ont choisi pour amorcer les délibérations cet après-midi, et je suis très heureux et fier de le faire.

Je possède un certain nombre d'années d'expérience au sein du service extérieur et j'ai obtenu sept affectations à l'étranger. J'estime que la région dont on va parler cet après-midi est certes l'une des plus dynamiques sur le plan économique. Puisque je suis le premier intervenant, je crois que j'ai un avantage par rapport à mes collègues,

car je suis persuadé que mon message sera renforcé au fur et à mesure que chacun d'eux va prendre la parole.

Comme le temps est limité, si vous le permettez j'aborderai très brièvement quelques points qui font ressortir les possibilités qui s'offrent au Canada dans cette région du monde.

Il serait peut-être bon, dans un premier temps, de dissiper le mythe, s'il s'agit bien d'un mythe, selon lequel les économies des pays du Golfe sont stagnantes. En réalité, c'est loin d'être le cas. La région connaît l'une des plus fortes croissances économiques au monde. Par exemple, le pays que je représente, c'est-à-dire les Émirats arabes unis, affiche un taux de croissance de 5 à 6 p. 100 et qui continue d'augmenter très rapidement.

Le deuxième mythe que j'estime qu'il est important de dissiper est celui voulant que l'économie des Émirats arabes unis, tout comme celle des autres pays de la région, repose uniquement sur le pétrole. Il est vrai de dire que le pétrole est la source de l'immense richesse des Émirats arabes unis, mais la vaste diversification de son économie est attribuable à la direction éclairée de Sheikh Zayed, décédé récemment, qui avait eu la prévoyance d'investir judicieusement la richesse du pays.

En 2002, le secteur du pétrole raffiné représentait plus de 70 p. 100 du produit intérieur brut. À Dubaï, qui est à plusieurs égards synonyme des Émirats arabes unis, la diversification est particulièrement évidente, le secteur pétrolier représentant moins de 7 p. 100 du PIB. Je crois que cela témoigne du fait que l'ensemble de cette région possède plus de 44 p. 100 des réserves pétrolières et 23 p. 100 des réserves gazières du monde.

En plus d'investir dans la diversification et l'infrastructure, les Émirats arabes unis conservent d'énormes capitaux pour faire fructifier leur richesse pétrolière – un fonds du patrimoine en quelque sorte. À elle seule, l'Autorité d'investissements d'Abu Dhabi gère des sommes évaluées à environ 500 billions de dollars. À Dubaï, le plus récent exploit dans le domaine des investissements est sans doute la prise de participation d'un milliard de dollars dans le capital de Daimler Chrysler, ce qui place les Émirats au troisième rang parmi les actionnaires les plus importants de ce pays.

Le Canada a joué un rôle important dans le développement des Émirats arabes unis, un pays où les possibilités de croissance demeurent nombreuses. Nos exportations ont augmenté de plus de 30 p. 100 par année et elles ont atteint en 2004 un niveau record de 416 millions de dollars. Lorsque je suis arrivé à Abu Dhabi en 2002, les exportations se chiffraient à un peu plus de 2 millions de dollars. C'est donc dire que depuis le début de mon mandat à titre d'ambassadeur là-bas, ce chiffre a doublé.

J'estime qu'il est important que le comité reconnaisse le genre de produits que le Canada exporte dans cette région. Si on jette un coup d'œil aux principales exportations aux Émirats arabes unis, on constate qu'elles sont dominées par le matériel à valeur ajoutée et les appareils de technologie de pointe. En fait, les simulateurs de vol de l'entreprise CAE constituent la plus importante exportation du Canada vers les Émirats arabes. Au cours du présent exercice, la moitié des simulateurs vendus par CAE à l'échelle mondiale l'ont été aux Émirats.

Ces chiffres ne montrent toutefois pas les impressionnants services d'exportation offerts par le Canada aux Émirats. Parmi ceux-ci figurent en première place les services de gestion de projets et d'architecture. Des entreprises comme Cansult, dont un représentant va prendre la parole plus tard, HOK Canada, NORR, SNC-Lavalin, Terasen, VECO et bon nombre d'autres ont contribué de façon importante à l'infrastructure et au paysage des Émirats arabes, y compris des édifices symboliques comme les Emirate Towers. J'ai une présentation en PowerPoint que j'utilise souvent lorsque je fais des exposés de ce genre. Je ne me lasse jamais de parler et de montrer les divers édifices et projets auxquels les Canadiens ont participé très activement.

● (1540)

En ce qui concerne les services à la consommation par exemple, l'hôtel Fairmont d'Abu Dhabi est l'une des propriétés les plus rentables de cette chaîne. L'entreprise voit un potentiel immense aux Émirats arabes unis et elle va y ouvrir très prochainement deux autres hôtels. À titre d'exemple, le taux d'occupation à l'hôtel Fairmont de Dubaï dépasse largement les 92 p. 100.

La demande de ces services ne peut que s'accroître dans les Émirats arabes unis, et en particulier à Dubaï qui prend les moyens nécessaires pour devenir la première destination mondiale pour le tourisme et les congrès. Au chapitre des projets futurs, mentionnons la construction de l'immeuble et du centre commercial les plus imposants du monde. On prévoit également aménager le plus grand secteur riverain du monde en ajoutant plus de 850 kilomètres au littoral des Émirats.

Pour répondre à l'affluence de touristes et de congressistes, on effectue actuellement des travaux d'agrandissement à l'aéroport pour rendre sa capacité comparable à celle de l'aéroport Heathrow, à Londres. Les transporteurs nationaux, comme Emirates Airlines, augmentent leur flotte d'avions pour rivaliser en nombre avec British Airways.

La municipalité de Dubaï entreprend des travaux d'infrastructure pour faire face à l'augmentation de la circulation. Le plus important projet à cet égard est sans doute celui du métro de Dubaï dont le consortium est dirigé par Bombardier. Si elle est retenue, et nous le saurons probablement à la fin mars, la soumission très concurrentielle présentée par Bombardier se traduira par des exportations de plus de 125 millions de dollars de produits et de services canadiens.

Si mes collègues me le permettent, je vais parler brièvement du potentiel du CCG dans son ensemble. Permettez-moi de dire que le Canada a à peine exploité ce potentiel, comme on l'a fait aux Émirats arabes unis. À titre d'exemple, l'Australie est confrontée à bon nombre des mêmes obstacles qui gênent l'entrée du Canada sur ce marché. Or, l'Australie a reconnu le potentiel de ce marché et a consacré des ressources considérables à son développement. Par conséquent, les exportations australiennes ont augmenté de plus de 500 p. 100 au cours des cinq dernières années.

Le Conseil de coopération du Golfe regroupe les Émirats arabes unis, l'Arabie saoudite, Oman, Bahreïn, le Qatar et le Koweït. Il est

bien évident pour moi et pour mes collègues que le CCG offre un potentiel immense. Le CCG se classe quinzième parmi les destinations des exportations canadiennes. À titre de comparaison, le Brésil et l'Inde se classent respectivement aux 18^e et 19^e rangs. En 2004, les exportations canadiennes vers le CCG ont augmenté de 30 p. 100, surclassant l'Inde et le Brésil qui ont affiché des augmentations de 14 p. 100 et de 6 p. 100 respectivement. Le CCG se classe au septième rang des destinations des exportations des Émirats arabes unis, l'Australie, au huitième, et les États-Unis, au seizième.

Le PIB élevé qu'affichent ces pays - celui des Émirats arabes unis et du Qatar se situent parmi les plus élevés du monde - signifie que la région parvient à atteindre cette croissance remarquable malgré le fait que sa population dépasse à peine les 30 millions d'habitants. Au fur et à mesure que le CCG va continuer de prendre de l'expansion et d'investir, ses infrastructures et son importance au sein de ces marchés vont continuer de s'accroître.

Je vais vous donner un exemple. Je discutais l'autre jour avec un représentant de la société Otis Elevator qui me disait que le nombre d'ascenseurs commandés constituait pour eux un bon indicateur de la croissance économique. Aux Émirats arabes unis, on en commande chaque année plus de 4 000. En Chine, on parle peut-être de 40 000 ascenseurs par année, mais je sais qu'au Canada, ce nombre se situe environ entre 2 000 et 2 500.

Comme je l'ai dit, d'autres pays ont reconnu l'importance grandissante du marché que représente le CCG et ont officialisé leurs relations commerciales avec cette région. Les Émirats arabes unis et la Chine ont amorcé des discussions en vue de la conclusion d'un accord de libre-échange multilatéral avec le CCG et l'Australie a entrepris des négociations sur un accord de libre-échange bilatéral avec les Émirats arabes unis. Les États-Unis ont, quant à eux, conclu un accord de libre-échange avec l'État de Bahreïn et vont entamer au début du mois de mars des discussions bilatérales avec les Émirats arabes unis et avec Oman, si je ne m'abuse.

En guise de conclusion, permettez-moi de dire que ce marché offre un potentiel immense. Je crois que les entreprises canadiennes ont déjà prouvé qu'elles sont concurrentielles et qu'elles peuvent pénétrer le marché. J'encourage tout le monde à nous permettre de continuer à accomplir encore davantage.

Merci, monsieur le président.

● (1545)

Le président: Monsieur l'ambassadeur, je vous remercie.

Monsieur l'ambassadeur, vos collègues souhaitent-ils prendre la parole?

S.E.M. David Hutton: Je crois que chacun d'entre eux voudra dire quelques mots.

Le président: Je vous en prie.

[Français]

S.E.M. Denis Thibault (ambassadeur, Ambassade canadienne en Koweït):

Monsieur le président, je veux dans un premier temps vous remercier de cette invitation à m'adresser au sous-comité cet après-midi et à parler de notre relation économique avec deux émirats du golfe, le Koweït et le Qatar.

[Traduction]

Bien qu'ils cumulent une population de 3,5 millions d'habitants seulement, les émirats du Koweït et du Qatar jouissent d'une extraordinaire richesse engendrée par l'exploitation du pétrole et du gaz. À eux deux, ils possèdent 10 p. 100 des réserves mondiales connues de pétrole et 14 p. 100 des réserves de gaz de la planète. Grâce au fait que les prix du pétrole demeurent à la hausse, leurs économies, comme l'ambassadeur Hutton l'a fait remarquer, comptent parmi celles qui affichent la plus forte croissance à l'échelle mondiale et vont enregistrer des gains solides au fur et à mesure que les deux pays vont accroître leur production pétrolière et gazière et développer les secteurs en aval.

Leur PIB combiné s'élève actuellement à près de 87 milliards de dollars. Le PIB moyen par habitant est d'environ 25 000 dollars—l'un des plus élevés au monde, comme l'a souligné l'ambassadeur Hutton. Les chiffres que je vous donne ici sont en dollars canadiens. Même s'ils continuent à compter sur les revenus générés par des industries axées sur le pétrole et le gaz, le Koweït et le Qatar sont déterminés à réformer et à diversifier leur économie. Les deux pays sont membres de l'OMC et ils ont, dans une large mesure, des économies ouvertes, des devises stables qui ont libre cours ainsi que de bonnes cotes de crédit. Tous deux sont déterminés à stimuler la croissance du secteur privé et l'afflux d'investissements étrangers et prennent les mesures nécessaires pour créer un milieu propice aux affaires.

Les gouvernements du Koweït et du Qatar ont vu leurs recettes grimper à des niveaux records—on parle de 39 milliards de dollars en 2003—ce qui leur a permis de réaliser d'importants excédents budgétaires malgré une hausse des dépenses de près de 28 milliards de dollars l'année dernière. Cette manne alimente une vague de dépenses engagées pour moderniser et développer les industries axées sur le pétrole et le gaz, soutenir les nouvelles entreprises, à apporter des améliorations d'envergure dans les infrastructures et créer des emplois pour leur population, dont le taux de croissance annuel est supérieur à 3 p. 100.

Le Koweït compte réaliser, d'ici 2020, des investissements qui sont évalués à plus de 50 milliards de dollars dans de nouvelles usines de production et de raffinage du pétrole, alors que le Qatar prévoit consacrer plus de 100 milliards de dollars d'ici dix ans à des projets de liquéfaction de gaz et de transformation du gaz en liquide. Ces investissements devraient permettre au Qatar de devenir le plus grand exportateur de GNL et de GTL au monde.

Parmi les mégaprojets d'infrastructure qui prévoit-on vont coûter plusieurs autres milliards de dollars, figurent une chaussée maritime reliant le Qatar à l'État de Bahreïn, un pont-jetée de 25 kilomètres enjambant la baie de Koweït et un campus universitaire de 3,7 milliards de dollars au Koweït. D'ailleurs, un groupe d'entreprises de Toronto travaillent actuellement à la conception du plan maître de ce nouvel établissement universitaire. Dans la même veine, on envisage la construction, à Doha, d'un aéroport ultramoderne évalué à 6 milliards de dollars.

Comme ils doivent importer pratiquement tout ce dont ils ont besoin, les possibilités foisonnent dans cette région. Le Canada pourrait tirer profit des occasions que présentent ces marchés en rapide expansion en exportant une vaste gamme de produits et de services dans des secteurs qu'on considère prioritaires pour le Canada. Les secteurs du pétrole et du gaz, de la construction, des transports, de l'alimentation, de la santé et de l'éducation constituent à notre avis les secteurs prioritaires dans ces deux pays. Selon Statistique Canada, le total des exportations de marchandises

canadiennes dans ces deux marchés a augmenté de...[*Note de la rédaction: Inaudible.*]... en 2003, et de 89 p. 100 en 2004, pour atteindre 212 millions de dollars. Les données officielles du Koweït et du Qatar à ce chapitre sont plus élevées, car elles tiennent compte du transbordement par des tiers pays.

Nos exportations sont diversifiées et comprennent surtout des produits à forte valeur ajoutée comme de l'équipement, des automobiles, des aéronefs, des meubles, des instruments et des aliments transformés. L'expédition de produits forestiers, de métaux, de produits chimiques et de matières plastiques a également été considérable.

● (1550)

Les exportations canadiennes de services ne cessent aussi de croître comme un plus grand nombre d'entreprises canadiennes pénètrent ces marchés, et en particulier ceux de l'éducation et de la formation, de l'architecture, de la planification et gestion de projets et des services d'expert-conseil en ingénierie. Les deux émirats accueillent à bras ouverts la technologie et les compétences canadiennes.

Or, il est encore possible d'augmenter notre part du marché. En 2003, l'année la plus récente pour laquelle on dispose de données officielles locales, les importations combinées du Koweït et du Qatar au chapitre des marchandises se chiffraient à près de 21 milliards de dollars et à 11 milliards de dollars pour ce qui est des importations de services. Parmi les nombreuses entreprises canadiennes actives au Koweït, au Qatar et dans d'autres pays de la région, et dont certaines sont représentées ici aujourd'hui, mentionnons SNC-Lavalin, HOK Canada, Precision Drilling, Bombardier, InterHealth, CBIE, UBC et le College of the North Atlantic de Terre-Neuve qui a décroché un contrat de 500 millions de dollars pour diriger un collège technique à Doha, dans l'État du Qatar.

La présence accrue du Canada dans cette région se manifeste également par la prolifération rapide de concessions de magasins de détail et de services alimentaires canadiens tels que Second Cup, Aldo, Fruits & Passion, pour ne nommer que ces trois-là.

En ce qui concerne les investissements, le Koweït et le Qatar détiennent des actifs à l'étranger évalués à près de 300 milliards de dollars. Les investissements publics qu'ils ont effectués au Canada s'élèvent à plus de 1,9 milliard de dollars et comprennent trois usines pétrochimiques en Alberta et en Saskatchewan, propriété de la Petrochemical Industries Company. Comme ils comptent le plus grand nombre de millionnaires par habitant au Moyen-Orient, les secteurs privés du Koweït et du Qatar représentent une source additionnelle possible d'investissements pour le Canada. Les avoirs canadiens dans les deux pays sont évalués à environ 225 millions de dollars.

Je dirai en terminant que le Koweït et le Qatar, ainsi que les pays membres du CCG, offrent un marché intéressant pour les exportateurs et les investisseurs canadiens. Par conséquent, nous estimons que nous devons faire tout ce qui est en notre pouvoir pour les aider à tirer profit des nombreux débouchés commerciaux qui s'offrent dans cette région.

Merci.

● (1555)

Le président: Merci, monsieur l'ambassadeur Thibault.

Monsieur l'ambassadeur Bell, vous avez la parole.

S.E.M. Roderick Bell (ambassadeur, Ambassade canadienne en Arabie saoudite): Merci, monsieur le président.

Merci de nous avoir invités cet après-midi pour parler d'une région qui offre un potentiel extraordinaire, une région dont on devrait commencer à s'intéresser si on ne veut pas être laissés pour compte.

Dans mes fonctions d'ambassadeur, je suis responsable de trois des six pays du CCG, à savoir l'Arabie saoudite, Oman et Bahreïn. Je limiterai mes observations à l'Arabie saoudite simplement parce que j'y vis, que l'ambassade s'y trouve et que c'est le plus grand des trois pays.

L'Arabie saoudite compte actuellement une population de 23 millions d'habitants, dont près de 60 p. 100 sont âgés de moins de 30 ans. Comme elle affiche un taux de croissance annuel de presque 3 p. 100, la population de l'Arabie saoudite devrait doubler d'ici 2030.

Afin de répondre aux besoins de cette population qui croît rapidement, le gouvernement saoudien doit investir massivement, et c'est ce qu'il fait, dans les infrastructures du pays. Les télécommunications, les transports, les soins de santé, l'éducation, l'électricité et l'eau comptent parmi les secteurs jugés prioritaires. Les investissements requis sont énormes. On estime en effet qu'on investira des centaines de milliards de dollars au cours des cinq à quinze prochaines années. Le potentiel pour un pays comme le Canada est tout aussi impressionnant. Bon nombre de ces projets vont offrir des occasions lucratives aux fournisseurs canadiens.

En 2003, le taux de croissance réelle du PIB de l'Arabie saoudite était de 6,4 p. 100. Même si on n'a pas encore publié de données officielles, on prévoit que le taux de croissance pour 2004 sera encore supérieur à 6 p. 100. Si on maintient la production de pétrole aux niveaux actuels et que les prix demeurent relativement stables, on prévoit que le taux de croissance annuelle du PIB restera, à court terme, au-dessus de la barre des 5 p. 100.

Comme l'Arabie saoudite est le plus important producteur de pétrole au monde, il n'est pas étonnant que la vaste majorité des activités économiques du royaume soient concentrées sur le secteur pétrolier. Afin de moins dépendre des recettes tirées de l'exploitation du pétrole, le gouvernement saoudien a mis en place un certain nombre de programmes de diversification économique. Ces initiatives visent à inciter les entreprises étrangères à examiner les occasions qui se présentent dans des secteurs bien précis comme les mines, les télécommunications et les transports, des secteurs dans lesquels les entreprises canadiennes possèdent une vaste expertise.

Je signale que l'Arabie saoudite va enregistrer cette année un excédent budgétaire de 35 milliards de dollars. Depuis 2000, stimulée par des recettes pétrolières à la hausse et un sentiment de confiance grandissant parmi les entrepreneurs locaux, la demande de produits d'importation au royaume augmente constamment chaque année et atteignait à peu près la valeur de 40 milliards de dollars canadiens en 2003.

En 2004, les exportations canadiennes de marchandises vers l'Arabie saoudite étaient évaluées à près de 600 millions de dollars, ce qui place le royaume au premier rang des marchés d'exportation non seulement dans le Golfe, mais également dans toute la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Les exportations canadiennes destinées à l'Arabie saoudite ont augmenté de façon importante entre 2002 et 2004. Elles ont connu une hausse d'environ 5 p. 100 en 2001-2002, de 30 p. 100 en 2002-2003 et de 26 p. 100 en 2003-2004. Malgré cette croissance impressionnante, notre part du marché peut encore progresser considérablement.

Même si des produits comme les céréales et les pâtes et papiers occupent une place importante dans les exportations canadiennes

destinées à la région, la vaste majorité des produits canadiens vendus en Arabie saoudite au cours des dernières années étaient des produits à haute valeur ajoutée comme des véhicules militaires, du matériel électrique, de l'équipement et des instruments optiques et médicaux ainsi que des produits pharmaceutiques.

• (1600)

L'Arabie saoudite constitue également un marché important pour les entreprises et les organismes de services du Canada, particulièrement ceux qui se spécialisent dans les secteurs du pétrole, de l'ingénierie, de la construction, de la santé et de l'éducation. Même si Statistique Canada ne tient pas officiellement de statistiques commerciales qui mesurent les recettes annuelles générées par les entreprises de services canadiennes présentes dans le royaume, des données empiriques nous permettent de croire que les chiffres relatifs au marché des services sont importants et qu'ils représentent certainement des dizaines de millions de dollars chaque année. Je tiens également à préciser que Statistique Canada ne tient pas compte des 50 000 voitures Crown Victoria fabriquées à London en Ontario qui ont été vendues en Arabie saoudite l'année dernière parce qu'elles ont été transbordées via les États-Unis.

L'Arabie saoudite est l'un des pays qui compte le plus grand nombre de millionnaires par habitant—comme c'est aussi le cas de certains pays que Denis représente—, dont bon nombre cherchent activement des possibilités d'investissement sûr à l'étranger. À cet égard, le royaume constitue une source inexploitée d'investissements étrangers directs pour le Canada.

L'Arabie saoudite et ses partenaires du CCG représentent un marché qui offre un potentiel considérable pour les exportateurs canadiens. En qualifiant la région du Golfe de nouveau marché émergent, le gouvernement canadien indiquerait qu'il s'engage fermement à accroître la visibilité du Canada et à consacrer plus de ressources aux activités de développement commercial dans la région. Au bout du compte, cet engagement aidera les entreprises canadiennes à bien se positionner pour tirer profit des nombreuses possibilités qu'offrent les marchés des États membres du CCG.

Pour terminer, je veux dire à mon tour, comme David Hutton l'a fait remarquer, que d'autres pays ont déjà reconnu le potentiel que présente la région du Golfe—et je pense en particulier à l'Australie et aux États-Unis—et qu'ils nous ont pris de vitesse en s'intéressant de très près au potentiel qu'offrent les pays du Golfe.

Merci beaucoup.

Le président: Merci, monsieur l'ambassadeur Bell.

Nous allons maintenant entendre M. Lingenfelter.

L'hon. Dwain Lingenfelter (président-directeur général, Vice-président, Relations gouvernementales, Nexen Inc., Conseil de commerce canado-arabe): Monsieur le président, mesdames, messieurs, merci beaucoup d'avoir invité le Conseil de commerce canado-arabe à se joindre à vous aujourd'hui.

Je tiens aussi à remercier Leurs Excellences d'avoir brossé un aussi bon portrait de la région. Je vais tenter de ne pas répéter toutes les statistiques qui ont déjà été données, mais je veux toutefois préciser que nos chiffres confirment tout ce qui a été dit aujourd'hui au sujet de la croissance rapide et des possibilités qui s'offrent au Canada et aux entreprises d'ici.

Cela étant dit, je tiens à féliciter les ambassadeurs du travail qu'ils accomplissent auprès du Conseil de commerce canado-arabe. Comme nous effectuons des missions commerciales, nous comptons beaucoup sur leur soutien et ils ne manquent pas de nous l'accorder. Dans nos exposés, nous allons parler notamment de ce qu'on peut faire de plus, mais je m'en voudrais de passer sous silence tout le travail que les ambassadeurs et leur personnel accomplissent jour après jour.

En outre, Mark Eyking, qui est membre de ce comité, a dirigé la mission que nous avons effectuée au Moyen-Orient en décembre dernier. Nous estimons que le Canada devrait prendre davantage d'initiatives de ce genre. C'est en travaillant en étroite collaboration que le secteur privé, le gouvernement et les organismes gouvernementaux pourront établir des relations beaucoup plus solides.

Je suis également accompagné aujourd'hui de M. Mohamed Azzam, le président de notre organisme, ainsi que de Rick Mann, notre nouveau directeur général. Rick connaît évidemment très bien la région en tant qu'ancien ambassadeur et son apport au sein de notre organisme est précieux. Le Conseil de commerce canado-arabe a franchi récemment une étape importante. Jusqu'à l'an dernier, l'organisme était entièrement bénévole. Nous venons tout juste d'ouvrir à Mississauga un bureau ouvert toute la journée. Rick a pris les commandes, ce qui nous a beaucoup aidé.

Cela dit, je veux simplement ajouter un mot sur les statistiques qui ont été données plus tôt, car l'Afrique du Nord n'est pas en reste. Le Maroc et la Libye affichent en effet une croissance très rapide. C'est vrai que, dans la ronde de soumissions de la semaine dernière, les entreprises canadiennes n'ont pas connu beaucoup de succès, quoique l'une d'entre elles ait remporté un contrat. On s'attend vraiment à ce que, dans les prochaines rondes de soumissions, il y ait plus d'entreprises comme Talisman, Petro-Canada et Nexen, qui ont tâté le terrain lors de la dernière ronde mais qui n'étaient manifestement pas disposées cette fois-ci à se mesurer à certaines sociétés américaines. Les entreprises canadiennes vont participer à d'autres rondes de soumissions et vont connaître une forte expansion en Afrique du Nord, et en Libye en particulier.

Les secteurs du pétrole et des services pétroliers offrent certes beaucoup de possibilités, mais il y en a de nombreuses autres, comme quelqu'un l'a dit—et je crois que c'est l'ambassadeur Hutton. Parmi la centaine d'entreprises membres que le Conseil de commerce canado-arabe représente, beaucoup oeuvrent dans les secteurs des transports, du service médical, de l'administration hôtelière et bien d'autres. L'un toutefois, que le Canada ne devrait pas négliger en raison de ses résultats à long terme, est celui des établissements d'enseignement supérieur.

Particulièrement depuis les attentats du 11 septembre, on constate qu'un nombre imposant de familles désirent faire instruire leurs enfants en Occident mais préfèrent ne pas les envoyer aux États-Unis. Je crois donc que les possibilités sont énormes pour les établissements d'enseignement supérieur du Canada—Mark, je suis certain que vous avez pu constater la même chose au Yémen—compte tenu du nombre important de familles qui considèrent maintenant le Canada comme un endroit de prédilection pour l'éducation de leurs enfants. Il s'agit à long terme d'une pierre angulaire dont l'influence et les effets se feront sentir, non pas aujourd'hui ni même dans cinq ans, mais plutôt dans vingt ou trente ans lorsque ces personnes vont jouer un rôle dans l'établissement de la démocratie et des entreprises. Si nous jouons bien nos cartes et que nous sommes prompts à réagir, cela peut représenter d'immenses possibilités pour le Canada.

Ce que nous constatons au Conseil de commerce canado-arabe ce n'est pas que le Canada n'est pas en mesure d'exercer cette influence, mais qu'il est toujours plus facile de refaire les choses de la même façon. Le changement est difficile. Même si plusieurs y sont favorables, souvent le fait d'apporter concrètement un changement peut s'avérer être un processus difficile. Lorsqu'on examine les statistiques commerciales qui ont été données plus tôt et les efforts du Canada à l'égard des marchés de la Chine, de l'Inde et du Brésil, on ne met pas en doute l'importance de ces marchés. Toutefois, lorsqu'on jette un coup d'oeil aux exportations de produits fabriqués au Canada vers la péninsule arabe qui s'élevaient à 1,3 milliard de dollars en 2003—et étaient donc supérieures à celles destinées à l'Inde ou au Brésil—, on veut être certain que les efforts sont concentrés en priorité vers les régions qui affichent une croissance et vers les marchés réellement émergents.

● (1605)

Je ne veux pas minimiser l'importance de ces autres pays, mais ce sont vraiment des marchés émergents puisqu'ils connaissent la croissance la plus rapide. Cela dit, par rapport à nos concurrents dans ces pays—la France, l'Allemagne et l'Italie—nos échanges dans la région représentent seulement 11 p. 100 alors qu'ils sont de 46 p. 100 en Chine et en Inde. Sur le plan des débouchés, on doit vraiment se demander ce qu'on peut gagner de plus sur l'Allemagne et la France en Inde, en Chine et au Brésil par rapport à ce qu'on peut faire au Moyen-Orient. Je vous encourage à examiner où nous pourrions avoir le plus d'impact.

Une occasion extraordinaire se présente aussi à nous pour ce qui est de toute la question de la gouvernance et de l'établissement de démocraties. Nous surveillons avec intérêt, et parfois consternation, la façon dont on cherche à implanter des démocraties au Moyen-Orient. Sans vouloir critiquer nos voisins, il reste que des démocraties se forment au Moyen-Orient.

Par exemple, le Yémen est un pays émergent, qui tient des élections et permet aux femmes de voter. C'est une femme qui est ministre de la culture dans ce pays qui, pourtant, ne semble pas attirer autant l'attention que l'Afghanistan ou l'Irak, où on dépense beaucoup pour maintenir la paix après coup—après la désillusion et l'effondrement des institutions.

Nous pensons avoir, en tant que Canadiens, l'occasion extraordinaire de soutenir et de récompenser la démocratie dans des pays du Moyen-Orient. À notre avis, avec des ressources financières limitées, on peut faire beaucoup pour mettre en place des institutions démocratiques, au lieu d'attendre un échec et ensuite dépenser des centaines de millions de dollars pour rétablir la situation d'avant.

Le Conseil de commerce canado-arabe croit que le gouvernement canadien doit et peut jouer un rôle prépondérant au Moyen-Orient en mettant en valeur la mentalité et les institutions canadiennes pour exercer une influence qui contribuerait vraiment à faire entrer les entreprises canadiennes dans la région.

Voici les recommandations que j'aimerais vous faire aujourd'hui; premièrement, le Canada doit tirer parti de la grande considération dont il jouit actuellement dans les pays du Moyen-Orient par rapport à ses concurrents en agissant rapidement dans ce marché en expansion, parce que les occasions pourraient disparaître. Nous ne savons pas quelle sera la réputation du Canada demain, mais nous savons qu'aujourd'hui nos avantages par rapport à nos concurrents sont énormes. Nous avons pris du retard sur eux, mais la porte nous est grande ouverte si nous agissons.

Deuxièmement, pour créer des liens avec nos pays partenaires, le gouvernement doit se faire remarquer davantage, en augmentant, par exemple, les visites, les délégations et les missions. Les membres du gouvernement doivent continuer d'appuyer ces relations non seulement en participant à des missions au Moyen-Orient, mais aussi en recevant des délégations de ces pays au Canada.

Troisièmement, nous devrions établir des agences gouvernementales et intensifier notre présence, que ce soit par l'intermédiaire de l'ACDI, des ambassades, des consulats ou des bureaux commerciaux, dans ces pays qui veulent créer des liens avec nous, pour établir la démocratie et accroître les échanges commerciaux avec le Canada.

Pour terminer, j'aimerais remercier les membres du comité d'avoir pris le temps de nous écouter. Si vous avez des questions, nous serons heureux d'y répondre.

•(1610)

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons terminer avec M. Ventin.

M. Peter Ventin (directeur sur place et vice-président, Cansult Limited): Merci beaucoup.

Nous reprenons à notre compte les propos tenus par les ambassadeurs et Dwain. Nous sommes heureux de l'occasion qui s'offre à nous, en tant que représentant du secteur privé, d'une entreprise canadienne qui oeuvre depuis 45 ans sur ce marché. Nous apprécions les occasions, la vitalité et les liens créés par les délégations qui ont visité la région ces dernières années, comme celle dont Mark a fait partie en décembre.

Le personnel qui représente le Canada sur le terrain dans les ambassades aide énormément les entreprises comme la nôtre à faire valoir leurs services et à accroître leur potentiel commercial. Mais nous sommes ici pour demander une aide accrue. Nous demandons que le CCG et le Moyen-Orient figurent plus haut sur la liste des priorités parce que nous estimons qu'il existe un marché encore inexploité dans la région, comme on l'a dit. Nous avons l'occasion de prendre de l'expansion et le milieu est très dynamique.

Notre entreprise a été fondée en 1961 dans le cadre d'une initiative qui a reçu l'aide du gouvernement canadien. Douze sociétés canadiennes se sont réunies dans le seul but de fournir des services professionnels de génie, d'architecture et de gestion de projets à l'échelle internationale—c'est ainsi que ces douze sociétés ont formé Cansult, une société d'experts-conseils canadiens. C'est au Moyen-Orient que nous avons établi notre bastion et, maintenant, 85 p. 100 de nos activités se font sur ce marché.

L'ampleur des investissements est incroyable, et le besoin en savoir-faire et en services canadiens... Nous avons une formidable réputation. Notre logo met bien en évidence le drapeau canadien, la feuille d'érable. Les portes nous sont ouvertes parce que nous sommes une entreprise canadienne. Ce n'est peut-être pas le cas pour une entreprise américaine ou britannique, surtout compte tenu du récent contexte politique dans cette partie du monde.

Pour ce qui est de l'importance des investissements et des débouchés, on a annoncé que c'est au Qatar qu'Exxon a effectué le plus important investissement de son histoire dans un projet, soit 17 milliards de dollars, et que c'est aussi au Qatar que Shell a investi 6 milliards de dollars, ce qui représente aussi le plus important montant qu'elle ait jamais investi seule dans un projet. Il était question à la une du *Wall Street Journal* la semaine dernière de commerce et d'investissement, du Qatar et de GTL et des risques encourus par le pays dans son évolution.

C'est à Dubaï et au Qatar que la construction connaît la croissance la plus rapide dans le monde actuellement. À Ottawa, il y a à peu près 28 à 30 immeubles en hauteur. Dans un secteur de Doha, il y a 60 à 80 immeubles à bureaux en construction actuellement, 60. C'est une occasion pour la main-d'oeuvre, les ressources et le potentiel commercial des entreprises canadiennes, c'est une porte ouverte.

Nous sommes ici aujourd'hui pour répondre à vos questions et vous aider à faire de la région une priorité. Indiquez-nous les informations que nous pouvons offrir, en tant qu'entreprise du secteur privé établie dans la région. Laissez-nous vous aider à orienter les ressources que le Canada doit fournir pour développer ce marché et le rendre comparable à d'autres grands marchés déjà reconnus comme l'Inde, le Brésil et la Chine.

Je serai heureux de répondre à vos questions.

•(1615)

Le président: Merci beaucoup, monsieur Ventin.

Je vous remercie tous de vos exposés très intéressants.

Nous allons passer immédiatement aux questions.

Nous commençons par M. Menzies. Nous avons droit à 10 minutes, d'un côté comme de l'autre.

M. Ted Menzies (Macleod, PCC): Je ne pense pas que ce sera suffisant.

Le président: Si nous nous en tenons à 10 minutes, nous aurons le temps pour un deuxième tour, j'espère, de façon à tenir compte du grand intérêt que tous ceux qui sont ici aujourd'hui portent à cette question.

M. Ted Menzies: Merci, monsieur le président.

J'aimerais d'abord savoir comment nous avons pu réussir à réunir tous ces experts. Vous avez dû concilier vos horaires pour tous pouvoir être ici en même temps. Je peux vous dire que nous vous en sommes reconnaissants. Je pense que nous trouvons tous que c'est une question fascinante à examiner. Nous ne pouvons faire autrement que d'être emballés quand nous voyons avec quel enthousiasme vous nous parlez des possibilités.

Qu'est-ce que le Canada peut améliorer? Avons-nous besoin de plus de gens sur place? Devons-nous faire plus de promotion ici auprès des entreprises canadiennes? Devons-nous envisager une autre mission commerciale pour faire connaître les possibilités? Il y en aura une bientôt en Inde; faut-il encore préconiser cela?

Mon collègue d'en face a peut-être mieux réussi à créer des débouchés.

Que faire de plus? J'aimerais que vous répondiez à cette question, si vous voulez. Quels sont les enjeux?

Dwain, vous avez parlé de démocratie. Il y a des conflits dans la région. Que devons-nous savoir là-dessus? Qu'est-ce que les entreprises canadiennes doivent savoir? Ce n'est peut-être pas aussi facile que vous l'expliquez. Il doit y avoir certaines inquiétudes.

Dites-moi pourquoi l'Australie fait mieux que le Canada. Le transport est-il un facteur? Comment cela entre-t-il en ligne de compte? Je ne pense pas que la distance soit un gros avantage pour l'Australie. J'aimerais savoir ce que l'Australie fait différemment du Canada.

J'aimerais que vous répondiez à mes questions, et mes 10 minutes seront probablement écoulées.

L'hon. Dwain Lingenfelter: Par exemple, Nexen travaille beaucoup au Yémen; nous avons investi des milliards de dollars et nous avons des milliers d'employés là-bas. Il y a 10 ans que nous produisons du pétrole au Yémen—nous y sommes établis depuis 15 ans, mais nous exploitons du pétrole depuis 10 ans—et nous n'avons pas été fermés une seule journée. Dans le golfe du Mexique, nos installations sont parfois arrêtées pendant des semaines, non pas en raison de problèmes politiques, mais à cause des ouragans. Dans le nord du Canada, nous allons fermer des puits parce que nous ne pouvons pas nous y rendre en hiver.

Le Yémen est le pays le plus sécuritaire au monde pour nos activités. Personne ne le sait parce que CNN ou Radio-Canada parlent de l'Irak et de l'Afghanistan, où la situation est décourageante. Notre entreprise n'irait pas dans ces pays. C'est l'image qu'on donne du Moyen-Orient et, pourtant, rien n'est plus loin de la vérité. Quand vous atterrissez à l'aéroport de Dubaï à quatre heures du matin, vous voyez des milliers de gens dans le centre commercial transiger, acheter et vendre, très en sécurité. Changer la perception des entreprises canadiennes est la responsabilité de ceux qui travaillent là-bas, mais aussi celle du gouvernement et de l'opposition.

Je dois avouer que, du moins depuis que je travaille au Conseil de commerce canado-arabe, il est beaucoup plus difficile d'obtenir que des ministres dirigent des missions commerciales au Moyen-Orient qu'en Inde, au Brésil ou en Chine. Les faits montrent qu'il y a beaucoup plus de ministres qui vont dans ces pays qu'au Moyen-Orient. C'est seulement un aspect de la question, mais nous devons tous faire notre part.

• (1620)

M. Ted Menzies: C'est peut-être un rôle que le comité peut jouer.

L'hon. Dwain Lingenfelter: Je suis sûr que si nous sommes ici, c'est parce que Mark, à son retour de la mission commerciale, s'est employé à nous offrir l'occasion de venir vous rencontrer. Il faut faire davantage à ce sujet.

Le président: Il est certain que la proposition de M. Eyking a été bien reçue, reçue avec grand intérêt, et il n'a pas eu à tordre bien des bras pour obtenir cette réunion, je peux vous en assurer.

Quelqu'un veut ajouter quelque chose?

S.E.M. Roderick Bell: Si vous me le permettez, je vais revenir sur quelques questions, une soulevée par Dwain et une autre sur l'Australie.

Les Australiens font mieux, non pas parce qu'ils sont plus intelligents que nous, même s'ils le sont peut-être, mais parce qu'ils ont un intérêt stratégique dans les pays du Golfe et que leur gouvernement s'est consciemment concentré sur cet énorme potentiel. Voilà pourquoi ils font mieux. Nous n'avons pas développé cet intérêt.

Comment pouvons-nous améliorer la situation? Bien, comme M. Lingenfelter l'a dit, les contacts personnels sont probablement importants dans toutes les cultures mais, croyez-moi, ils le sont particulièrement dans la culture arabe. Il faut que le premier ministre, les ministres et les députés se rendent sur place. L'attention qu'a obtenue la mission commerciale au Yémen, celle dirigée par M. Eyking et un député de l'opposition juste avant Noël, a été incroyable. Elle n'aurait pas retenu autant l'attention, à mon avis, si elle n'avait pas été dirigée par deux députés canadiens.

Les Yéménites ont été particulièrement séduits par le fait qu'il y avait un député du parti ministériel et un autre de l'opposition. Ils ont trouvé cela original.

Nous ratons des occasions au Moyen-Orient parce que nous sous-estimons la réputation du Canada dans la région. Certains pourraient dire que nous nous fions à celle déjà acquise. Personnellement, je pense que c'est un peu vrai et que, récemment, nous n'avons peut-être pas fait honneur à la réputation qui était la nôtre. Quoi qu'il en soit, nous avons toujours bonne réputation, plus particulièrement depuis les attentats du 11 septembre. La position adoptée par le Canada sur les questions du Moyen-Orient et plus particulièrement l'Irak sont extrêmement appréciées, et pas seulement au niveau gouvernemental.

Avant d'être ambassadeur en Arabie saoudite, j'étais ambassadeur en Jordanie, au moment de la guerre en Irak. Le petit tailleur local chez qui je me faisais faire des habits m'a dit, un matin, au moment d'un essayage: « monsieur l'ambassadeur, j'ai entendu aux nouvelles ce matin que le Canada ne participerait pas à la guerre en Irak ». Je lui ai dit que c'était bien vrai et il m'a répondu: « Formidable! Je vous offre un rabais de 10 dinars sur le prix de votre habit. »

Des voix : Oh, Oh!

S.E.M. Roderick Bell: Les gens remarquent ce que nous faisons. Nous occupons une place spéciale dans ces pays arabes, mais nous n'en profitons pas autant que nous le devrions. Je le constate tous les jours dans les quatre pays dont je m'occupe, dont le Yémen. Je n'ai pas parlé du Yémen parce qu'il n'est pas membre du CCG. C'est le parent pauvre de la péninsule d'Arabie.

• (1625)

L'hon. Dwain Lingenfelter: Il va bientôt l'être, cependant.

S.E.M. Roderick Bell: Le CCG ne l'a donc pas encore admis.

L'intérêt manifesté pour les études et les études postsecondaires au Canada est tout simplement extraordinaire—ainsi que pour l'apprentissage de l'anglais et du français au Canada.

Pratiquement tous les médecins saoudiens que je rencontre ont suivi une formation au Canada. La semaine dernière, j'assistais une réception donnée à la résidence de mon collègue polonais pour célébrer la séparation de deux jumelles siamoises polonaises par une équipe de médecins saoudiens. C'est le prince héritier qui a fait venir ces deux petites filles de la Pologne. Les plus grands spécialistes au monde dans le domaine sont saoudiens. Tous les membres de l'équipe ont été formés à l'Université de Toronto. Le chef de l'équipe m'a d'ailleurs confié qu'il devait énormément au Canada et à l'Université de Toronto.

On a des sentiments profonds à notre égard. Cela semble banal et sentimental, mais c'est tout à fait vrai. Nous n'en profitons pas suffisamment.

M. Lingenfelter a parlé de la gouvernance—des questions qui sont au coeur de la politique étrangère canadienne que nous ne cessons de prôner dans le monde. Nous devrions accorder de la reconnaissance aux pays qui essaient d'agir à ce sujet.

Le Yémen est un pays pauvre qui a tout connu depuis 50 ans, y compris une prise de contrôle par les Soviétiques. C'était le seul État marxiste du monde arabe à un moment donné et, maintenant, c'est probablement le pays qui a organisé les élections multipartites les plus réussies au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, avec le droit de vote pour tous, des femmes députées et une femme ministre. Il fait beaucoup d'efforts. Ce n'est pas parfait à tous les égards, mais je pense qu'il faut le reconnaître.

C'est un des pays les plus pauvres du monde. Je pense qu'il se classe 149^e sur 175 sur la liste de l'ONU des pays les moins développés. Il est presque en bas de liste. Pourquoi l'ACDI n'y est pas? C'est une bonne question pour Mme Carroll.

Les deux autres pays dont je m'occupe, l'État de Bahreïn et le Sultanat d'Oman, tiennent des élections assez libres et justes avec droit de vote pour tous.

L'Arabie saoudite accuse un retard, mais c'est un pays jeune. Il n'a que 70 ans. Où en était le Canada après 70 ans? Il y a eu des élections municipales très partielles en Arabie saoudite l'an dernier, et entachées d'erreurs, mais c'est un premier pas.

Je ne pense pas que les Canadiens comprennent les changements qui s'opèrent dans ces pays, et les médias en sont en partie responsables. Il s'agit de changements très importants. Les pays prennent, en matière de gouvernance, des mesures du genre de celles que le Canada préconise.

Le président: Y a-t-il d'autres commentaires?

Monsieur Azzam.

Dr Mohamed Azzam (Président, Président, Containerboard, G.A. Paper International Inc., Conseil de commerce canado-arabe): Je vais vous donner un exemple personnel, puisque nous étions concernés dès le début. On peut se servir d'une organisation comme le Conseil de commerce canado-arabe pour créer la convergence que souhaite l'ambassadeur Bell.

J'aimerais vous dire exactement pourquoi je suis ici aujourd'hui et pourquoi je fais la promotion du Conseil de commerce canado-arabe. Au départ, nous étions une toute petite entreprise qui occupait un petit bureau au-dessus du Swiss Chalet, au coin de Woodbine et Steeles. L'entreprise vaut aujourd'hui 200 millions de dollars et compte des bureaux au Canada, aux États-Unis, en Europe et au Moyen-Orient.

Or, au tout début, nous avons eu une émission de titres d'environ 100 000 \$ et nous avons été en mesure de récupérer l'argent par l'entremise du Conseil de commerce canado-arabe, qui nous a présentés à l'ambassade canadienne en Arabie saoudite—et cet argent était très important pour nous à l'époque. Très tôt, nous avons obtenu un contrat au Liban durant la guerre civile par l'entremise du Conseil de commerce canado-arabe.

Je crois qu'une organisation comme celle-ci a un rôle important à jouer. Elle a besoin d'appui. Alors l'appui que doit recevoir notre mission... Nous avons besoin de représentants de haut niveau. C'est ainsi qu'on sensibilise d'autres entreprises et qu'on les incite à s'engager.

• (1630)

Le président: Nous allons poursuivre avec Mme Deschamps.

[Français]

Mme Johanne Deschamps (Laurentides—Labelle, BQ): Merci.

Je trouve que nous avons vraiment peu de temps pour écouter ce que vous avez à nous dire sur les États arabes.

On nous dit que le Canada a une bonne crédibilité là-bas; les investisseurs aussi. On nous dit qu'on a un grand besoin d'investissements. Comment peut-on changer l'image de ces États? Comment peut-on amener nos investisseurs à se rendre là-bas? De quelle façon peut-on assurer les investissements? Quels sont les outils et les moyens que l'on offre actuellement?

On parlait de missions commerciales. Faudrait-il en faire davantage? Tout à l'heure, Son Excellence M. Bell a un peu répondu à cela. Le gouvernement devrait-il mettre sur pied des missions en partenariat avec le secteur public et le secteur privé?

Dans un premier temps, il faudrait peut-être changer l'image que nos investisseurs ont des États arabes. Comment les amener à aller là-bas en toute sécurité?

S.E.M. Denis Thibault:

Cela rejoint la première question qui a été posée: que doit-on faire de plus pour profiter des possibilités et du potentiel qu'offrent les marchés du golfe?

Au fond, les promotions commerciales qu'on fait sur le terrain peuvent se diviser en quatre catégories. D'abord, on sensibilise. On ouvre la porte, au sens littéral du mot, grâce à des négociations à l'Organisation mondiale du commerce. On ouvre aussi la porte parce qu'un membre du gouvernement, un ministre, accompagne des missions commerciales. On ouvre les portes, et ils ont accès à la clientèle. On produit de l'information et de « l'intelligence de marché », des renseignements d'affaires, qu'on distribue. Finalement, on fait de la promotion.

Alors, que pourrait-on faire de plus? Je pense qu'on produit déjà de l'information et de l'«intelligence de marché» que les compagnies canadiennes utilisent. On organise aussi déjà, évidemment, des missions présidées par des membres du gouvernement, qui réussissent à ouvrir les portes de bureaux de ministres et qui présentent des compagnies.

Toutefois, s'il y avait un domaine où on devrait travailler davantage, je pense que ce serait ce que j'appelle la sensibilisation, *outreach* en anglais. Je crois qu'il faut, comme vous l'avez mentionné, raconter l'histoire du golfe. Il faut, comme le disait l'ambassadeur Bell, venir à bout des mythes, de la perception parfois très négative que les gens ont de la région, et parler de belles histoires ou d'histoires à succès qui ont eu lieu là-bas.

Je reconnais que le Conseil de commerce canado-arabe est un allié extrêmement important pour nous, mais nous avons besoin d'alliés dans la communauté canadienne pour multiplier les messages sur ces aspects. Je crois que c'est la première chose.

Le deuxième élément a trait à la promotion. Parce que nous sommes des marchés qui ne sont pas au centre du radar actuellement, parce que nous ne sommes pas des marchés émergents, nous sommes un peu laissés pour compte sur le plan des ressources.

Si on décidait demain matin que les pays du golfe sont des marchés émergents, cela se traduirait par une concentration de l'attention du ministère, mais aussi, parce que les gens d'affaires sont très sensibles à la direction du vent, par une plus grande concentration de gens d'affaires dans la région. Je pense que nous aurions alors certains éléments qui nous permettraient de tirer profit d'une partie du marché qui n'a pas encore été touchée par nous, les Canadiens.

• (1635)

[Traduction]

Le président: Nous allons donner la parole à Mme Jennings.

[Français]

L'hon. Marlene Jennings (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci de vos présentations. Certaines de mes questions ont déjà été posées par M. Menzies et par Mme Deschamps.

Vous avez dit que l'Australie a dépassé le Canada, car son gouvernement a pris la décision politique d'avoir une concentration stratégique sur cette région. Par la suite, elle a investi des ressources pour réaliser ses objectifs. Le Canada ne l'a pas fait. Nous n'avons même pas déclaré la région comme étant un marché d'intérêt. Je présume donc que la première démarche devrait être que le gouvernement déclare la région comme étant un marché d'intérêt et d'importance stratégique pour le Canada.

Deuxièmement, il faudra avoir un plan d'action accompagné de ressources. Si on crée une demande, il va falloir qu'on ait les moyens et les outils pour y répondre de façon efficace.

[Traduction]

Je pose la question notamment parce que nous avons créé des marchés dans d'autres régions du monde, pour ainsi dire, et que, par la suite, nos services n'ont pas nécessairement été à la hauteur, en partie parce que nous travaillons en vase clos. Le ministère de l'Immigration ne parle pas nécessairement à celui du Commerce international qui, lui, ne parle pas nécessairement à d'autres, que ce soit le ministère de l'Énergie, des Ressources naturelles, de l'Environnement, etc. Alors c'est vous qui êtes sur le terrain, tant du côté de la diplomatie que des affaires étrangères. Vous avez des recommandations intéressantes. C'est vous qui représentez le secteur privé et vous avez d'excellentes recommandations.

D'ici les cinq prochaines années, comment le gouvernement pourrait-il élaborer un plan d'action et le mettre en oeuvre progressivement pour que, dans cinq ans, nous ne dirions plus que nous avons seulement 11 p. 100 des importations, mais de 30 à 35 p. 100, c'est-à-dire trois fois plus? Comment feriez-vous cela? La question s'adresse à vous tous.

Le président: Ambassadeur Hutton.

S.E.M. David Hutton: Merci beaucoup.

Nous n'allons pas si mal, et je dirais que nous sommes encore un pas en avant des Australiens. Le problème, c'est qu'il y a de la compétition et que tout le monde court très rapidement...

L'hon. Marlene Jennings: Nous pouvons les entendre courir.

• (1640)

S.E.M. David Hutton: En effet.

Toutefois, ce sont de petits pays. J'aime faire une analogie avec des anneaux : au centre, si vous regardez les pays occidentaux, vous avez les États-Unis, la Grande-Bretagne et la France; dans le deuxième anneau, le Canada occupe une place stratégique, mais les Italiens, les Australiens et les Allemands se montrent extrêmement énergiques, que ce soit en politique, en économie ou dans le domaine de la défense.

L'Australie est aussi loin de cette partie du monde que le Canada, mais elle a un avantage géographique : lorsque ses ministres voyagent en Europe, ils doivent généralement faire escale quelque part, si bien qu'il y a un flot constant de visiteurs à cet endroit.

Mon collègue, l'ambassadeur Bell, a soulevé un point essentiel, à savoir que ce sont des pays très stables; le ministre des Affaires étrangères est probablement en poste depuis 20 ans. Pour développer une relation à long terme, qui est la clé du succès, il faut une certaine constance dans nos stratégies. Son excellence la gouverneure

générale a effectué trois visites depuis mon arrivée là-bas, ce qui fut un privilège pour nous. Elle a établi une relation personnelle à cet endroit et, tout à coup, les échanges se font à un niveau différent et prennent un ton différent.

Toute les personnes qui comparaissent devant votre comité vous demandent probablement plus de ressources. Ce serait très apprécié et, je dirais, mérité dans notre cas, et je suis certain que tous les autres ici pourraient dire la même chose. Mais ce n'est pas tout; il faut une orientation. Si nous estimons que cette région est importante, ce qu'elle est... On compte plus de 7 000 Canadiens aux Émirats arabes unis et probablement 100 000 dans le Golfe, et si on ajoute tous ceux qui ont étudié ou qui aimeraient venir et vivre au Canada, les chiffres sont extraordinaires.

Pour dire vrai, les réseaux de transport sont importants. En juin, la nouvelle compagnie nationale de transport aérien des Émirats—non pas la compagnie Emirates, mais Etihad—procédera à un vol inaugural qui transitera par Bruxelles en direction de Toronto. Je crois que ce sera probablement un des développements les plus marquants qui auront lieu durant mon mandat. L'Australie, à l'époque où j'étais là-bas, effectuait quelques vols seulement et est passée à plus de 26 vols par semaine, dont un grand nombre sont des vols directs. Si vous facilitez les choses, les gens vont venir.

Excusez-moi de prendre plus de temps, mais je dois aussi parler d'investissement. Le rendement des investissements dans cette partie du monde est énorme et certainement plus important que ce que vous pouvez avoir ici au Canada. Toutefois, nous avons des atouts extraordinaires que nous pouvons mettre en valeur : notre stabilité et notre diversité. Ces États font d'excellents partenaires stratégiques. Ils ne veulent pas s'emparer de votre pays et le diriger; ils veulent essentiellement faciliter sa croissance sous la gestion et la direction des gens à qui il appartient. Je crois qu'il y a énormément de choses que nous pouvons faire dans cette région, que ce soit dans le secteur pétrolier et gazier, dans le secteur de l'automobile, qui connaîtra une expansion extraordinaire aux Émirats arabes unis, et dans le secteur du matériel de défense. La liste est très longue.

Merci.

Le président: Merci, ambassadeur Hutton.

Monsieur Lingenfelter.

L'hon. Dwain Lingenfelter: Monsieur le président, si vous me permettez un très bref commentaire, je sais qu'au Yémen, nous pourrions donner beaucoup plus de visibilité à nos projets. En tant que Canadiens, nous oublions souvent de célébrer nos réussites dans la région. Si un ministre canadien était là pour participer à une inauguration ou célébrer un investissement, non seulement dans le cadre des missions commerciales qui cherchent des débouchés, mais aussi lorsqu'une compagnie pétrolière ou Bombardier ouvre une nouvelle usine, alors les médias au Canada parleraient moins de ce qui cloche dans cette région, mais plutôt de la visite d'un ministre ou du premier ministre qui célèbre le succès des entreprises canadiennes là-bas. Je ne connais aucune entreprise canadienne qui refuserait d'accueillir le premier ministre ou un ministre. En fait, elles dérouleraient toutes le tapis rouge. Par exemple, lorsque nous lançons un nouveau produit ou annonçons une nouvelle découverte, ce sont des activités très concrètes auxquelles vous pourriez participer à peu de frais pour montrer que la région se prête bien aux investissements des petites et moyennes entreprises.

•(1645)

Le président: Par simple curiosité, les entreprises canadiennes ont-elles déjà envoyé une telle invitation à un ministre, qui l'aurait ensuite déclinée?

L'hon. Dwain Lingenfelter: Nous aurions tendance à inviter les ministres en tout temps, mais également à ce type d'activité. Je ne leur reproche pas leur manque de disponibilité, car je sais à quel point c'est difficile.

Cela dit, je crois que ce sont ces événements heureux, ces célébrations, que les Canadiens doivent multiplier. C'est facile de critiquer lorsque les choses vont mal, mais je crois que nous ne saisissons pas l'occasion de célébrer les réussites des entreprises canadiennes.

Le président: Monsieur Ventin, je crois que vous vouliez ajouter un commentaire.

M. Peter Ventin: Nous avons réussi également à amener des représentants du gouvernement à participer à l'inauguration des bureaux que nous avons ouverts partout dans la région, et plus récemment au Qatar.

Pour parler brièvement du Qatar et de ce que d'autres pays font, prenons l'exemple de l'Espagne, un de nos principaux concurrents, qui fait partie de l'Union européenne et qui cible ce marché de façon très énergique. L'Espagne a une ambassade à Doha, où l'on trouve cinq employés à temps plein. Or, on compte 50 Espagnols à Doha, contre 1 700 Canadiens. Repsol travaille fort et plusieurs autres entreprises espagnoles sont sur le point de conclure des ententes importantes parce que les entretiens se font face à face.

Vous avez dit un peu plus tôt que la culture exigeait cela, mais la culture offre également ses récompenses. Si vous regardez FDI au Canada, une relation qui se développe avec le temps, une relation entre des personnes, lorsque Mark était là, nous avions les présidents des cinq plus grandes compagnies de promotion immobilière au pays, dont chacune valent plus d'un milliard de dollars. Ils sont venus à un dîner parce que Mark était en ville—il a suffi d'un simple coup de fil. Ces entreprises ont des biens répartis dans le monde entier.

Ils sont allés à Londres et ils ont acheté deux hôtels au centre-ville—un de nos clients.

Ils cherchent la stabilité. Ils cherchent à établir des liens dans différentes parties du monde, et si nous leur donnons la chance, si nous leur donnons de l'importance... Je ne sais pas s'ils veulent être reconnus comme des égaux, mais ils tendent la main à tous les pays, et ceux qui répondent sont récompensés. Nous avons une réputation incroyable dans cette partie du monde, et ce serait très dommage qu'elle se tennisse ou qu'elle se perde parce que nous n'y mettons pas les ressources nécessaires pour la consolider, et que nous préférons intervenir dans d'autres marchés où nous ne sommes pas aussi bien perçus.

Le président: Monsieur Azzam, je crois que vous vouliez répondre.

Dr Mohamed Azzam: Dans le cadre d'un plan global de convergence, je crois que nous devrions cibler certains secteurs et miser sur leur succès. Nous savons que nous pouvons avancer rapidement dans les secteurs de l'éducation, de la santé, du pétrole et du gaz, de la construction. Le chemin est déjà tracé, et nous devons cibler ces secteurs.

Le plan global doit aussi s'appuyer sur le succès des chefs de file de l'industrie—Nexen, tous les Consult du monde—et nous devons utiliser ces chefs de file.

Le plan global doit aussi inclure une organisation comme celle que j'ai mentionnée, comme le Conseil de commerce canado-arabe, qui assure un lien très important entre les secteurs public et privé.

Comme Dwain l'a mentionné, si nous n'avons pas d'ambassade à certains endroits comme au Yémen, il faudrait y voir très rapidement.

Encore une fois, j'insisterais sur un aspect que nous avons tous fait valoir, c'est-à-dire qu'il faut une participation de haut niveau dans le cadre de ce plan.

Le président: Nous espérons que lorsque nous tiendrons des audiences partout au pays, le Conseil de commerce canado-arabe reviendra nous voir, que ce soit à Toronto ou à Ottawa, parce que, d'après ce que je vois ici, il nous faudrait plus de temps pour connaître davantage le point de vue de cet organisme.

Toutefois, avant de passer à la prochaine ronde de questions, j'aimerais savoir si les diverses organisations gouvernementales, comme EDC et la CCC, ont soutenu les initiatives canadiennes.

Monsieur Ventin, j'accepte la critique constructive et les commentaires très pertinents sur ce que nous devrions faire, mais vous avez dit que vous étiez dans cette région depuis environ 40 ou 45 ans. Certes, nous n'en faisons pas assez—nous en convenons tous ici, et c'est pourquoi nous avons demandé de tenir cette réunion—mais au cours de ces 40 ou 45 années, quelles démarches les entreprises comme la vôtre, et d'autres, ont-elles faites auprès des représentants du gouvernement, que ce soit aujourd'hui ou par le passé, pour leur dire « Écoutez, réveillez-vous »? Le jeu se joue à deux, comme nous l'avons répété maintes fois.

J'aimerais demander également à nos ambassadeurs et à nos dirigeants d'entreprise si les organisations gouvernementales ont été là-bas. Je sais qu'on a parlé de l'ACDI et d'autres. A-t-on fait des démarches auprès de ces organisations? Sont-elles au courant? Sont-elles là pour nous appuyer, ou bien s'intéressent-elles seulement aux initiatives conventionnelles qui favorisent la stabilité?

Cette question s'adresse à vous d'abord, parce que vous êtes là depuis 45 ans et qu'il y a peut-être un manque de votre part également. Messieurs les ambassadeurs pourront peut-être répondre ensuite.

•(1650)

M. Peter Ventin: Aucun problème.

Concernant le recours aux diverses ressources du gouvernement fédéral et aux autres organismes qui existent, nous faisons appel à EDC régulièrement—continuellement, devrais-je dire. Cette ressource s'applique directement à ce marché. Ces personnes connaissent et comprennent la région. Et on les voit régulièrement. Elles viennent chaque fois qu'une mission commerciale arrive. C'est une excellente organisation qui fait tout ce qu'elle peut pour favoriser le commerce et le développement dans les deux sens sur ce marché.

Pour ce qui est de l'ACDI, ses activités s'appliquent au Yémen, mais je ne crois pas qu'elles s'étendent aux autres pays du CCG. Cette région n'est pas dans le besoin et elle ne répond donc pas aux critères. Nous utilisons l'ACDI pour divers projets que nous effectuons partout dans le monde, mais ses activités ne s'appliquent pas à cette région précise. Je ne crois pas qu'elles soient conçues à cette fin.

En tant qu'entreprise, nous préférons mettre sur pied des équipes canadiennes. Nous avons toute une liste d'entreprises canadiennes que nous invitons, que nous essayons de sensibiliser au marché. Certaines ouvrent des succursales, quelques-unes avec succès, d'autres non. Mais nous arborons le drapeau. Nous aurons bientôt une équipe canadienne : nous-mêmes, HOK, Gartner Lee, SNC, des firmes qui offrent toute la gamme de services professionnels que nous pouvons amener à la table.

Cansult a établi le premier consulat à Abou Dhabi, à Dubaï, en Oman. Nous avons mis sur pied l'association des entreprises canadiennes au Qatar depuis que nous avons ouvert en 1997 et encore en 2002. Chaque fois que le gouvernement nous offre la possibilité de travailler avec lui, nous sautons sur l'occasion, parce qu'il est nécessaire que vous et vos homologues soyez sensibilisés si nous voulons transmettre le message au niveau suivant.

Un film documentaire intitulé *The Golden Gulf* est en cours au CCG, à Abou Dhabi et au Qatar. Il est produit en partie sous vos auspices, David, si je ne m'abuse.

S.E.M. David Hutton: Oui, c'est exact.

M. Peter Ventin: Vous pourriez leur en parler. C'est un excellent outil promotionnel. Vous en savez beaucoup plus que moi.

S.E.M. David Hutton: Je vais en parler brièvement, monsieur le président.

Dans le cadre de mon expérience à l'étranger, je n'ai jamais... [Note de la rédaction: Difficultés techniques]... le milieu d'affaires que nous avons dans cette partie du monde. Comme Peter l'a mentionné, le Conseil de commerce canado-arabe a établi un bureau commercial à Dubaï dans les années 90, puis le gouvernement du Canada a pris la relève. Nous avons des conseils d'affaires à Dubaï et à Abou Dhabi qui sont parmi les plus dynamiques avec lesquels j'ai eu le privilège de travailler. Leurs annuaires constituent une source d'information très précieuse, leurs sites Web.

Nous avons célébré la semaine du Canada, qui était essentiellement l'initiative du conseil d'affaires et qui comprenait la course Terry Fox, à laquelle ont participé plus de 11 000 Canadiens. Cette activité a permis de recueillir un quart de million de dirhams—soit plus de 100 000 \$—pour la recherche sur le cancer. Cette somme a ensuite été versée à un hôpital d'Al Ain. Tous les travaux de recherche sont administrés par un médecin canadien là-bas.

Nous avons eu un match de hockey, si vous pouvez imaginer la chose, avec des joueurs de l'équipe de Russie de 1972, des gens comme Tretiak et Yakushev. Jari Kurri est venu.

Toutes ces activités ont été organisées par des bénévoles canadiens. En tant qu'ambassadeur du Canada, j'étais on ne peut plus fier d'y être associé. Nous avons vraiment quelque chose de très spécial dans cette partie du monde.

Le président: Toutefois, si je peux me permettre—et je vais terminer avec cette observation—avec le plus grand respect que je dois à la gouverneure générale, elle a fait trois visites. Ce qui se passe ici aujourd'hui... Pour dire vrai, mes collègues et moi sommes très heureux d'avoir cette occasion unique d'entendre non seulement nos représentants à l'étranger, mais aussi le Conseil de commerce

canado-arabe et les gens qui sont présents ici. C'est très particulier et bien que nous apprécions tous le fait que la gouverneure générale soit là—elle devrait peut-être y aller six ou huit fois—, il reste que le message n'est pas transmis aux politiciens, qui pourraient saisir l'occasion ou parler aux représentants—le gouvernement, le premier ministre, les ministres—et les encourager à entreprendre ce que vous suggérez, c'est-à-dire des échanges dans les deux sens. Il faut que ce soit des échanges dans les deux sens.

De ce point de vue, on ne s'est peut-être pas intéressé au problème de communication. À qui devons-nous parler? Mark a eu la brillante idée de proposer que vous comparaisiez devant nous.

Monsieur Mann, je crois que vous vouliez ajouter quelque chose. Je suis désolé.

• (1655)

M. Richard Mann (directeur général, Conseil de commerce canado-arabe): Oui, merci.

Vous avez demandé si le milieu des affaires avait fait des démarches suffisantes auprès du gouvernement, et je crois que non. Aujourd'hui, je crois que nous faisons un pas dans la bonne direction.

Le CCCA est actuellement en pourparler avec Exportation et développement Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en vue d'organiser une activité ici à Ottawa, peut-être en avril, afin de dresser un plan national visant à saisir les occasions d'affaires, en particulier dans le Golfe. Le documentaire *Golden Gulf* sera présenté à la télévision canadienne cet automne. Le CCCA participe à ce projet. Il organise également un dîner de gala qui aura lieu à l'automne, et le secteur politique canadien et le secteur privé canadien pourront profiter de cette occasion pour se réunir de nouveau.

Je crois que toutes ces choses sont importantes et qu'aujourd'hui marque le début d'une ère nouvelle.

Merci.

Le président: Merci.

Monsieur Menzies.

M. Ted Menzies: Je suis assez vieux pour me souvenir du succès que nous avons connu en Arabie saoudite. Nous avons exporté des techniques d'irrigation et nous avons envoyé quelques personnes, et la réaction a été extraordinaire. Les Saoudiens se sont mis à cultiver tellement d'orge que nous n'avons plus eu besoin d'en exporter là-bas.

Il y a donc des exemples à suivre.

S.E.M. Roderick Bell: Ils ont arrêté de cultiver de l'orge.

M. Ted Menzies: Soit. C'est encore nous qui le cultivons. Nous devrions peut-être revoir cela. Et je ne demanderai pas ce qu'ils cultivent sous les pivots que nous avons aidé à installer.

Comment avez-vous participé à l'examen de la politique internationale et quelles sont vos attentes à cet égard—en autant que cet examen donne des résultats? Notre comité les attend avec impatience.

Y avez-vous participé? Avez-vous été en mesure de faire valoir l'une ou l'autre des choses que vous nous avez dites aujourd'hui, dans le cadre de cet examen qui englobe le commerce, la défense et les affaires étrangères?

L'hon. Dwain Lingenfelter: Je dirai simplement que nous avons réussi, d'un certain nombre de façons, à atteindre certains ministres et certaines personnes. Nous attendons maintenant le processus officiel, parce que je crois comprendre qu'il y aura une participation continue à mesure que cet exercice avance.

Cela étant dit, je crois fermement que la politique étrangère doit être continuellement ravivée. Si vous avez l'intention d'examiner la politique étrangère en 2005, de la mettre sur une tablette et de la revoir 10 ans plus tard, c'est exactement ce que nous vous demandons de ne pas faire. Nous croyons que de nouvelles économies émergent en tout temps et que ce qui est une situation désastreuse une année peut se transformer en immense succès l'année suivante. Je crois que le Conseil de commerce canado-arabe serait d'accord pour dire que la politique étrangère du Canada doit être un document évolutif que l'on revoit constamment.

Pour répondre à votre véritable question, Ted, à savoir s'il y a un engagement suffisant entre le secteur privé et le gouvernement à cet égard, je crois personnellement que ce n'est pas le cas. Je crois qu'on pourrait faire davantage. Nous avons eu accès à des ministres, mais pour élaborer une politique étrangère vraiment efficace, il faut établir des relations permanentes entre le gouvernement, l'industrie et les établissements d'enseignement, pour revoir cette politique sur une base presque annuelle et faire en sorte qu'elle soit vraiment pertinente. Si vous visez juste en 2005, ce ne sera plus le cas en 2007.

Le président: L'un ou l'autre de nos ambassadeurs aimerait-il faire un commentaire?

S.E.M. Roderick Bell: Concernant la partie du monde où nous représentons le Canada, je dirais que le rapport du comité des affaires étrangères et de la défense sur les relations entre le Canada et le monde islamique a été une contribution importante à l'examen de la politique étrangère.

● (1700)

Le président: Monsieur Eyking.

L'hon. Mark Eyking (Sydney—Victoria, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je n'aurais jamais cru que ce jour arriverait. On me rend hommage pour ce qui est arrivé, mais je dois aussi reconnaître les mérites du député conservateur qui a fait le voyage avec moi, Deepak Obhrai. La réalité, c'est qu'on était dans une position minoritaire et qu'on ne pouvait pas envoyer une seule personne, alors c'est lui qui est venu avec moi. Comme vous pouvez le voir, nous avons travaillé ensemble pour les Canadiens, et ça s'est bien passé. Il n'est pas ici pour recevoir les honneurs, mais ça s'est très bien passé. Nous nous sommes souvent dit, au cours de notre voyage, qu'il était dommage que les autres membres du comité ne soient pas avec nous et ce, pour diverses raisons, notamment parce qu'ils étaient bien occupés ici. Quelqu'un devait rester au pays et faire le guet, parce que le Parlement siégeait.

C'est fantastique de voir tout le monde ici. Lorsque je vous en ai parlé tout bonnement durant mon séjour là-bas, vous aviez accepté, mais je ne m'attendais à vous voir tous ici. J'en suis très heureux.

La question est de savoir ce que nous faisons maintenant, et je crois que nous avons lancé quelques idées. Mais une chose est certaine, et elle a été mentionnée à quelques reprises : il faut que les

politiciens, et non seulement les ministres, s'engagent, parce que le partage du pain est très important dans cette région, comme j'ai pu le constater. Les contrats vont être retenus jusqu'à ce que quelqu'un vienne. Vous pouvez conclure une affaire de Calgary à Dallas ou à Houston sans que des politiciens s'en mêlent, mais là-bas, ils veulent voir cette présence, peu importe que ce soit nous qui nous engageons, ou un consulat ou une ambassade. C'est donc très important.

Que faisons-nous maintenant? Je crois qu'on revient à ce que vous prévoyez faire en avril. Si nous voulons tirer profit de cette région, le comité du commerce ne suffira pas. Il faudra engager l'ACDI, et le reste. Nous sommes un sous-comité, mais rien ne nous empêche d'attiser le feu et de dire voilà ce qu'il faut dans cette région pour qu'on puisse en tirer profit.

Il y a certaines choses que nous pourrions envisager, et vous pouvez nous aider dans ce sens. Nous pourrions entre autres faire venir certaines personnes de cette région. Je sais qu'elles sont déjà venues ici, mais la prochaine fois, le comité pourrait les accueillir, les amener ici et là et faire tout ce qu'il peut pour leur donner une certaine visibilité. Nous pourrions ainsi montrer à d'autres entreprises canadiennes que cet endroit est bien et qu'il est sécuritaire pour les visiteurs, que cette région est ouverte aux affaires. Nous pouvons peut-être envisager des activités semblables, des échanges réciproques; ces personnes pourraient venir ici et nous pourrions leur montrer nos hôpitaux, nos usines; peut-être que certains d'entre nous pourraient se rendre là-bas, à titre de politiciens, et participer à pareilles d'activités.

Toutefois, il faudra se concentrer sur le plan d'action. Il y a une liste de choses que nous pouvons faire dans chaque région. Que l'ACDI soit plus présente au Yémen ou que nous ayons besoin d'une ambassade au Qatar, ce sont des choses concrètes que nous pouvons proposer au ministère des Affaires étrangères ou à l'ACDI. Il faudra également établir des relations permanentes, et c'est valable non seulement pour votre région, parce que vous êtes les premiers à agir; ce pourrait être un modèle que nous pourrions utiliser dans d'autres régions en tant que comité, ou en tant que gouvernement, à mesure que nous avançons.

Pour revenir à ce que vous faites en avril et à la façon dont nous pouvons y contribuer et y participer, je suis certain que des fonds sont disponibles, que notre comité pourrait demander... Je crois qu'un pas important a été fait ici; ce n'est pas Deepak Obhrai et moi qui l'avons fait, mais vous tous qui êtes venus ici, parce que nos comités entendent souvent les représentants locaux des ministères qui nous disent toute sorte de choses. Ils disent que tout va bien, mais il nous manque souvent le point de vue des gens d'affaires et des ambassadeurs qui travaillent sur le terrain et qui peuvent nous donner l'heure juste.

Je crois donc que nous pourrions rédiger un rapport à partir de là, puis nous pourrions penser à un plan d'action. Nous devrions probablement traiter avec les autres ministères et dire que le commerce est important, que les investissements sont importants, mais ces choses vont de paire, parce que les Australiens vont prendre notre place si nous ne le faisons pas. Je crois que ce serait un début : décider ce que vous faites en avril et comment nous pouvons vous aider. Il faut d'abord déterminer comment le comité peut y participer, et nous verrons ensuite. Je vous encourage beaucoup dans ce sens.

• (1705)

Je me suis entretenu avec un grand nombre de personnes de la péninsule d'Arabie qui sont plus réticentes à voyager aux États-Unis qu'au Canada depuis le 11 septembre, que ce soit pour des raisons de visa ou autres. Je crois que nous avons une bonne politique de porte ouverte qui leur est favorable; je crois que nous devons nous engager davantage lorsque ces personnes seront ici.

Nous pourrions produire—peut-être par l'entremise du Conseil du commerce canado-arabe—un plus grand nombre de brochures, une vidéo ou un autre produit que vous pourriez présenter lors des réunions d'affaires, à Halifax ou partout ailleurs où l'on s'intéresse aux investissements. Vous auriez quelque chose à montrer et vos représentants pourraient dire « Oui, nous avons investi ici, c'est un bon endroit pour nos familles, c'est un bon endroit pour nos investissements » et passer ainsi le message. Je suis certain qu'il y a des fonds au ministère ou dans les différentes régions économiques qui pourraient vous aider.

Il faut avoir quelque chose à se mettre sous la dent, outre le rapport que le comité va rédiger. Nous devons nous demander comment nous allons accueillir les gens qui vont venir ici. C'est très difficile pour nous d'aller dans ces régions, et ce n'est pas à cause de l'argent; c'est difficile à cause de la situation que nous avons ici. Les députés doivent être dans leur circonscription ou être ici, et c'est très difficile. Ce serait bien si quelqu'un pouvait aller là-bas tous les deux mois, mais ce n'est pas toujours possible.

Une chose est certaine maintenant : la péninsule d'Arabie est enfin dans la mire, alors qu'on ne parle que d'autres pays : la Chine, l'Inde et le Brésil. Je l'ai vu de mes propres yeux, cette vitalité et ce respect que les Canadiens inspirent. Vous devez nous donner quelque chose à nous mettre sous la dent et nous donner ce défi; s'il s'agit de réunions à venir—ce que nous pouvons faire, si l'un de nous doit y aller pour intervenir, peu importe—, je crois que notre comité est passablement ouvert à cette idée.

Questions. Je ne sais trop quelle question poser, parce que j'ai déjà vu passablement de choses. Toutefois, j'aime bien l'idée d'inviter des gens du Qatar ou du Yémen à venir ici et à découvrir notre région. Je crois que c'est très important. Quant au tourisme, si nous pouvons faire en sorte que certaines de ces compagnies aériennes viennent ici, l'industrie touristique va prendre de l'expansion. Le revenu disponible est phénoménal dans ces régions, et si les gens viennent ici et dépensent 20 000 ou 30 000 \$ en trois ou quatre semaines, ce sera très avantageux—sans parler des étudiants étrangers. Nous devons donc ouvrir nos portes un peu plus et renseigner les Canadiens au sujet de cette région, leur montrer à quel point les gens sont chaleureux et à quel point c'est un endroit propice aux affaires. Mais il faudra plus que le ministère du Commerce international; les autres devront s'engager davantage.

Le président: D'autres commentaires des membres de la table ronde?

Nous donnons la parole à Mme Deschamps.

L'hon. Dwain Lingenfelter: Je dois vous signaler que nous devons prendre l'avion à 18 h 20. Je ne veux pas couper court à ce débat, après avoir eu la chance de venir ici, mais je voulais faire ce petit rappel.

Nous serons heureux de répondre à votre question.

[Français]

Mme Johanne Deschamps: Je vais tenter d'être plus succincte que M. Eyking. Je voulais intervenir un peu dans le même sens.

J'ai aussi eu le plaisir, en novembre dernier, de participer à une mission commerciale où m'accompagnait M. Menzies. Nous nous sommes rendus au Chili et au Brésil. C'est vraiment une fois sur place que l'on peut constater l'importance de ces missions et les liens que créent les gens du gouvernement. Mais une fois que les gens du gouvernement sont partis, la clé doit résider dans le fait d'avoir des gens de qualité sur place et suffisamment de ressources. On aura beau établir tous les plans d'action imaginables, si on n'a pas les ressources nécessaires pour les mettre en oeuvre, on en parlera très longtemps, mais on ne sentira pas les effets auxquels on s'attend après des rencontres comme celle d'aujourd'hui.

C'est une remarque, un commentaire, mais aussi une question. Si on avait plus de ressources, il est probable que la situation changerait beaucoup.

• (1710)

[Traduction]

Le président: Merci. D'autres commentaires sur le commentaire?

Ambassadeur Bell.

S.E.M. Roderick Bell: Je sais que les ambassadeurs et les fonctionnaires cherchent toujours à avoir plus de ressources. Ce n'est pas ce que je cherche en particulier, du moins pour ce qui est des quatre pays dont je m'occupe. Ce que je cherche, et je crois qu'on commence à le comprendre un peu aujourd'hui, c'est une convergence et de l'attention.

Les ressources dont je dispose dans ces pays sont probablement suffisantes. David et Denis ne peuvent probablement pas en dire autant, mais pour ce qui est de la présence canadienne, comme on l'a dit à quelques reprises, ce n'est pas toujours nécessaire d'avoir une grande ambassade et tout ce qui l'accompagne—une résidence officielle, des voitures et des chauffeurs, et tout le tralala. Vous pouvez avoir un bureau de l'ambassade canadienne et y affecter un diplomate canadien qui relève de moi ou de Denis, au Koweït. Ça ne coûte pas grand-chose.

Il n'est pas nécessaire d'avoir une ambassade luxueuse à tous ces endroits, mais vous devez y porter plus d'attention et y assurer une convergence. Bien sûr, un plan d'action est peu efficace si vos ressources sont insuffisantes pour le mettre en oeuvre, mais en portant plus d'attention et en comprenant le potentiel de la région...

Pour ce qui est du Brésil, j'ai été affecté à cet endroit et c'est un pays extraordinaire. Toutefois, il n'a jamais pu s'organiser. Les Brésiliens ont toutes les ressources naturelles que Dieu a créées, et qu'en ont-ils fait? Je pense toujours à un commentaire que le général de Gaulle a fait lorsqu'il était en visite officielle au Brésil. À son départ, à sa manière bien particulier de dire les choses, il a dit « le Brésil est un pays avec un énorme potentiel et il le sera toujours »—pour ne pas vexer les Brésiliens.

Quant à l'idée que nous avons des marchés nouveaux et émergents, il ne faut pas s'arrêter à trois pays. Peu importe que leur potentiel soit extraordinaire, il y a du potentiel partout. Nous n'avons pas à travailler si fort dans la péninsule d'Arabie, mais nous devons assurer une convergence et nous devons nous décider d'agir de façon plus systématique et stratégique que maintenant. Il ne s'agit pas d'affecter des ressources énormes.

L'an dernier, mon ministère... Je crois qu'il s'appelle maintenant le ministère des Affaires étrangères. On y a fait quelques changements.

Le président: Nous sommes encore ensemble.

S.E.M. Roderick Bell: Nous avons ouvert huit nouveaux consulats généraux aux États-Unis : Raleigh, en Virginie, Denver, au Colorado, etc. Les relations économiques avec les États-Unis font en sorte que ce pays reste attirant, mais il n'est pas le seul au monde. À mon avis—et mon sous-ministre m'en voudra probablement de le dire—, c'est comme si on déshabillait Pierre pour habiller Paul, parce que les ressources qu'on a injectées dans ces huit nouveaux consulats généraux viennent en grande partie des autres ambassades du Canada dans le monde. Ce n'est pas toujours une question de ressources, mais de convergence et d'attention.

Le président: Voulez-vous ajouter un commentaire?

S.E.M. David Hutton: Très brièvement, j'aimerais dire à ce sujet que des progrès sont en cours ici.

Concernant les Émirats arabes unis, le gouverneur de la banque centrale amènera une délégation au Canada. Il est également le président du bureau d'investissement d'Abou Dhabi, dont le budget s'élève à 600 milliards de dollars.

Nous espérons que le ministre des Affaires étrangères dirigera également une très grande délégation au printemps. Le ministre du Commerce va en Inde. Nous avons suggéré qu'il fasse un arrêt à Dubaï, et je crois qu'on y songe sérieusement. Le CCCA organise une mission en septembre en Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis.

Le film dont nous avons parlé sera un outil promotionnel extrêmement important. Nous regardons comment nous pouvons en tirer profit et nous envisageons de lancer un programme de sensibilisation partout au pays. Si le comité pouvait participer à ce projet, ce serait très percutant. Il a été financé par quelques membres du conseil de commerce canadien.

Beaucoup d'initiatives sont en cours, mais le verre est à moitié plein seulement, et nous devons le remplir autant que possible.

● (1715)

Le président: Je suis tout à fait d'accord avec vous, monsieur l'ambassadeur.

Pour terminer, permettez-moi de vous remercier d'avoir comparu devant le comité. Il y a beaucoup à faire. Je ne peux parler qu'au nom de tous mes collègues ici, et d'autres à la Chambre des communes, pour vous dire que nous sommes plus qu'heureux, lorsque nous en avons l'occasion... Je suis moi-même allé à l'étranger et j'ai vu, par le passé, l'effet que peut produire la présence d'un représentant du gouvernement. Je peux vous dire que nous sommes plus qu'heureux d'y être—quand notre horaire nous le permet, évidemment.

Merci beaucoup d'être venus. Vos témoignages ont été éclairants pour le comité.

La séance est levée.

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes

Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

Aussi disponible sur le réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :

Also available on the Parliamentary Internet Parlementaire at the following address:

<http://www.parl.gc.ca>

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.