



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

AGRI • NUMÉRO 028 • 2^e SESSION • 39^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 17 avril 2008

—
Président

M. James Bezan

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

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

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

Le jeudi 17 avril 2008

• (0910)

[Traduction]

Le président (M. James Bezan (Selkirk—Interlake, PCC)): Je déclare la séance ouverte.

Je souhaite la bienvenue à tous ceux qui se joignent à nous aujourd'hui, dans le cadre de notre étude en cours sur la mention « Produit du Canada ».

Nous accueillons aujourd'hui, des Fabricants de produits alimentaires du Canada, Christopher Kyte, et de l'Association des consommateurs du Canada, Mel Fruitman. Je vous remercie tous deux d'avoir accepté notre invitation.

Comme d'habitude, nous allons maintenant entendre les déclarations de nos témoins.

Monsieur Lauzon, concernant un rappel au Règlement.

M. Guy Lauzon (Stormont—Dundas—South Glengarry, PCC): Avant d'entendre les témoins, pour faire suite aux préoccupations exprimées par M. Easter au sujet de la nomination par décret d'Ian White qui n'a pas été déposée, j'ai reçu copie des *Journaux* du 14 février selon lesquels le décret a en fait été renvoyé au comité à cette date, et je souhaitais simplement déposer le document.

Le président: Le dépôt du décret vous convient-il?

M. Easter et moi en avons parlé. Pour une raison quelconque, le décret n'a pas atterri sur le bureau du greffier, et nous ne l'avons jamais fait circuler, mais nous allons inviter M. White à venir témoigner, si c'est ce que souhaitent les membres du comité. Je crois comprendre qu'il est en fonction depuis le 1^{er} avril et que tout se déroule fort bien.

Monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): À ce propos justement, monsieur le président, nous aurions aimé rencontrer M. White avant qu'il entre en fonction.

Je ne tiens pas à blâmer qui que ce soit pour le fait que nous n'avons pas vu le décret; ce sont des choses qui arrivent et, pour ma part, tout cela, c'est du passé. Je crois que la date limite pour l'entendre tombe aujourd'hui en fait, de sorte que nous ne pourrons pas entendre son témoignage dans le cadre du processus habituel de nomination par décret, mais nous tenons à l'accueillir comme témoin à un moment donné. Vous savez quelle question nous poserons — à savoir s'il reçoit ses instructions de la commission ou du ministre. Nous estimons qu'il devrait les recevoir du ministre.

Ce sont des choses qui arrivent. Nous n'allons pas en discuter. D'ailleurs, nous remercions le secrétaire parlementaire.

Le président: Nous en débattons un autre jour.

Monsieur St. Amand.

M. Lloyd St. Amand (Brant, Lib.): Je vais faire vite. Je ne souhaite pas incommoder nos témoins qui, je le soupçonne, sont venus de loin. Je tiens seulement à confirmer, monsieur le président, que tous les membres du comité ont reçu une motion d'hier demandant au gouvernement de mettre en oeuvre une stratégie de sortie des producteurs de tabac. D'après ce que j'en sais, tous ont maintenant reçu le texte de la motion.

Nous n'allons pas en débattre aujourd'hui, mais je demanderais, monsieur le président, que cette question figure en priorité dans l'ordre du jour de notre réunion du mardi 29 avril, que nous débattions de la motion et, avec un peu de chance, en traitions comme premier point à l'ordre du jour de la réunion du mardi 29 avril.

Le président: Nous avons effectivement reçu l'avis. L'avis de motion a été distribué à tous les membres hier, vers 16 h 20. L'ordre du jour pour la réunion de mardi prochain est déjà arrêté. Nous l'ajouterons comme point à la fin, plutôt qu'au début de la réunion, ce qui est la façon habituelle de procéder.

M. Lloyd St. Amand: Combien de temps, monsieur le président, estimez-vous qu'il faut allouer à l'étude de la motion, le 29, pour pouvoir bien en débattre, si la motion ne fait pas l'unanimité?

Le président: J'essaie toujours de laisser au moins 15 minutes à la fin de chaque réunion. Nous verrons comment se déroulent les échanges avec les témoins. Si nous pouvons avoir terminé les témoignages à 10 h 40, voire à 10 h 35, nous pourrions passer aux motions si vous estimez qu'il nous faut autant de temps.

M. Lloyd St. Amand: Je vais simplement préciser, dans ce cas, que le 29, à 9 heures, je demanderai le consentement unanime pour que nous dérogeons légèrement à l'ordre du jour et que nous traitions de la motion en priorité.

Le président: La question figurera à l'ordre du jour. C'est noté. Nous en discuterons.

Cela étant dit, je cède la parole à M. Kyte, des Fabricants de produits alimentaires du Canada, qui est venu nous parler de la mention « Produit du Canada ».

M. Christopher Kyte (président, Fabricants de produits alimentaires du Canada): Merci beaucoup, monsieur le président.

L'association Fabricants de produits alimentaires du Canada a été créée en 1947 pour appuyer des entreprises de conserve et de congélation réparties un peu partout au Canada. Aucune association ne représente tous les intérêts du secteur de la transformation des aliments. En effet, le secteur agroalimentaire canadien compte plus de 210 associations, dont la nôtre, de sorte que nous représentons des entreprises qui ont des actifs au Canada. Nos membres fabriquent des produits au Canada, font de la transformation. Ils produisent des mets congelés, des hors-d'oeuvre, des pizzas et des frites haut de gamme. Leurs produits sont vendus dans plus de 80 pays, dans 23 langues différentes.

L'agroalimentaire est un secteur intéressant. Très étendu, il est la source de produits d'une valeur de 32 milliards de dollars à la ferme et de 78 milliards de dollars à l'usine; c'est donc une industrie codépendante de 110 milliards de dollars qui regroupe plus de 5 000 usines, dont 2 300 sont enregistrées auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

Les Fabricants de produits alimentaires du Canada ont effectué, il y a quelques années, une étude selon laquelle les 227 000 employés travaillant dans les usines de transformation ont rapporté 18 milliards de dollars en taxes aux coffres provinciaux et fédéraux — un montant considérable — et qu'ils ont produit suffisamment de richesse dans l'économie pour faire vivre 796 000 autres personnes dans toutes sortes d'emplois, allant d'employés d'épicerie au travail dans des établissements de restauration et dans des banques. Le secteur a un énorme effet multiplicateur.

Vous vous demandez peut-être si le pays d'origine est un facteur pour nous. Il l'est certainement. Le Canada importe l'équivalent de 23 milliards de dollars de produits primaires et de produits transformés, et la valeur de ses exportations dans ce secteur atteint 31 milliards de dollars. Voilà qui représente une quantité plutôt imposante d'exportations. La plupart des produits, qui tombent tous sous le coup de la Loi sur les produits agricoles au Canada, portent comme mentions une désignation de la catégorie, une autre du pays d'origine et le mot-symbole « Canada ». Toutefois, selon nos études de la consommation, les consommateurs ne s'y intéressent pas beaucoup, c'est-à-dire que ce ne sont pas des facteurs déterminants dans leurs décisions d'achat. Les mentions qui figurent sur les produits ont de l'importance pour certains d'entre nous, mais pas tous.

Voilà qui est en réalité fort intéressant. J'étais chez Farm Boy l'autre jour, et on y offrait deux genres de pois, des pois sugar snap et... Je ne me souviens plus de l'autre. Ils venaient de Chine. Il y avait aussi toutes sortes d'autres produits provenant des États-Unis et du Canada, mais seuls les pois se vendaient. J'ai trouvé cela intéressant. Il était bel et bien précisé que c'était un « Produit de Chine ».

À notre avis, ce que les consommateurs veulent savoir, quand ils achètent un produit, c'est si l'aliment est sain. Son prix est-il raisonnable, et est-ce bien le bon produit? Est-ce de la confiture ou autre chose? Est-ce que j'achète des pêches ou autre chose? Ils souhaitent également savoir, peut-être, d'où vient le produit. Certains d'entre nous, une certaine tranche de la population des consommateurs, souhaitent effectivement connaître la provenance du produit.

Les produits alimentaires canadiens sont sains. En fait, ils sont très sains. Le système en place est efficace. À l'égard des aliments d'une valeur de 110 milliards de dollars produits au Canada, tant à la ferme que dans les usines de transformation, il n'y a eu que 151 rappels l'an dernier. Les importations, qui représentent une valeur de 21 milliards de dollars — en somme, un cinquième à peu près — ont fait l'objet de 95 rappels. Donc, si les produits importés étaient aussi nombreux que ce que nous produisons au Canada même, il y aurait 853 rappels. Voilà qui est éloquent, et j'y reviendrai tout à l'heure.

Voici ce que nous recommandons. Je crois qu'il faut récompenser les investisseurs, tant les agriculteurs que les transformateurs canadiens, ceux qui cultivent et produisent des aliments au Canada.

On pourrait notamment améliorer peut-être la définition de la mention « Produit du Canada ». Je ne suis pas sûr des pourcentages, et je ne souhaite pas me lancer dans pareil débat — quel est le pourcentage de ceci, le pourcentage de cela? Il faut se rappeler que

beaucoup de produits cultivés à la ferme comprennent des intrants importés, par exemple des semences, des pesticides et des produits chimiques.

Nous devrions envisager l'idée de mettre sur pied un programme volontaire de mention « Cultivé au Canada ». L'idée a du mérite: récompensez ceux qui estiment que c'est vraiment important de le mentionner sur l'étiquette.

Il faudrait aussi examiner la possibilité d'avoir une mention « Produit au Canada » pour tout produit auquel on ajoute des intrants qui en augmentent la valeur. On importe un produit et on y ajoute de la valeur. Il n'y a rien de mal à le faire. Beaucoup de ces usines qui achètent des pommes ou des céréales ou je ne sais trop quoi utilisent certains intrants importés.

Nous aimons les emplois en milieu urbain et en milieu rural, et un grand nombre des usines des membres de mon association sont également situées en région rurale.

●(0915)

Je crois qu'il faudrait uniformiser les règles du jeu pour tous. Les produits non réglementés actuellement peuvent porter la mention « Importé pour » ou « Emballé pour ». Ce qu'il y aurait peut-être lieu de faire dans ce cas-là, c'est d'ajouter le pays d'origine ou le pays dans lequel le produit a été pour la dernière fois transformé.

Chez Farm Boy, l'autre jour, il y avait des tomates écrasées en conserve. Ce n'est pas un produit classé. On pouvait y lire « Fabriqué pour », suivi du nom d'une entreprise — Cortina Foods ou je ne sais trop quoi — de Vancouver. Je suis allé voir le directeur du magasin — j'aime bien Farm Boy, soit dit en passant — pour lui demander d'où venaient ces tomates, et il m'a dit qu'elles venaient d'Italie. Je lui ai alors dit: « Vous les avez emballées à Vancouver? Vous avez fait venir ces tomates d'Italie jusqu'à Vancouver pour les emballer? J'en doute ». Comme j'ignorais d'où elles venaient, je ne les ai pas achetées.

Deuxième point, il faudrait renforcer l'exécution de la loi. Comme je l'ai déjà dit, les produits importés ont tendance à faire plus souvent l'objet de rappels. Je ne dis pas que tous les produits importés sont dangereux, mais par contre, on devrait accroître la surveillance à la frontière des produits finis. Un investissement dans l'inspection des usines canadiennes peut se justifier, mais il est inconcevable qu'on n'investisse pas dans les inspections à la frontière. Les Américains l'ont compris dès le 11 septembre.

Il faudrait aussi accroître les inspections en magasin. En fait, selon moi, il faut le faire. J'ai entendu dire que d'importantes livraisons de porc américain, mal étiquetées, arriveront dans la région d'Ottawa ce weekend. J'ignore à quel point c'est vrai, mais c'est le bruit qui court. Il y a toujours un fond de vérité dans ce genre de rumeur, habituellement. Le point à retenir, c'est que nous ne devrions même pas avoir à nous en inquiéter.

Nous devrions émettre des permis d'importation de manière à obliger les importateurs à rendre des comptes. Je n'arrive pas à comprendre comment il se fait que ces commerçants peuvent brasser des affaires au Canada sans permis. Si vous fabriquez quelque chose, si vous avez une usine au Canada, vous êtes enregistré auprès de l'ACIF, et on peut vous tenir responsable de vos erreurs, mais les importateurs peuvent faire entrer sans entrave et sans cesse des produits mal étiquetés, des produits illicites, sans jamais en être tenus responsables. Il n'existe pas de mécanisme à cette fin.

Donc, je propose que nous émettions des permis aux importateurs et que nous intensifions les inspections en magasin et la surveillance à la frontière.

En guise de conclusion, j'affirme que les consommateurs sont très confiants dans les produits qu'ils mangent. Les produits alimentaires sont sains, et le système fonctionne bien. Nous devrions récompenser les investisseurs, ceux qui cultivent et produisent des aliments ici. Les emplois en milieu urbain et en milieu rural sont tous deux importants. Uniformisons les règles en améliorant les niveaux d'exécution. Concentrons-nous sur le pays où a été transformé le produit.

Voilà qui met fin à ma déclaration.

• (0920)

Le président: Monsieur Kyte, je vous remercie.

La parole va maintenant à M. Fruitman.

M. Mel Fruitman (vice-président, Association des consommateurs du Canada): Merci, monsieur le président.

L'Association des consommateurs du Canada se réjouit de l'occasion qui lui est donnée de vous exposer ses vues. Depuis plus de 60 ans, l'ACC représente les intérêts des Canadiens moyens en tant que consommateurs des biens et services fournis par l'entreprise privée et le secteur public. Nous avons comme mandat d'éduquer et de renseigner les consommateurs sur des questions relatives au marché, de défendre leurs intérêts auprès du gouvernement et de l'industrie et de chercher à résoudre les problèmes du marché de manière avantageuse.

Les consommateurs canadiens sont induits en erreur par le mauvais emploi ou l'emploi inexact d'étiquettes comme « Produit du Canada » et « Fait au Canada ». Dans le cadre de vos délibérations, je vous demande de vous pencher sur ces questions fondamentales: quelle est la raison d'être de ces mentions? Pourquoi existent-elles?

Il existe deux grandes raisons pour lesquelles les consommateurs désirent savoir où ont été faits les produits qu'ils achètent et la provenance des ingrédients ou des composantes. La première est de toute évidence économique. Quand ils ont le choix, beaucoup de consommateurs préfèrent acheter le produit qui est le plus avantageux pour le Canada, sur le plan économique, toutes autres choses étant égales par ailleurs. Cependant, ce n'est pas une de leurs priorités, à moins qu'on ne les ait encouragés à en tenir compte dans le cadre d'une quelconque campagne de publicité. L'autre raison est le sentiment de sécurité qu'ils ressentent quand ils savent d'où viennent les produits achetés, particulièrement en ce qui concerne les produits alimentaires.

Il n'existe pas de définition standard des mentions « Fait au Canada » ou « Produit du Canada », uniquement des lignes directrices. Bien que ces expressions soient souvent utilisées de manière interchangeable, elles ont un sens légèrement différent pour la plupart des consommateurs. La situation est aggravée par l'utilisation d'expressions de classement comme « Canada de choix ».

Il y a une vingtaine d'années, j'ai réussi à présider un comité de l'Office des normes générales du Canada qui tentait de définir « Fait au Canada ». Le comité avait été créé à la suite du lancement par le gouvernement fédéral d'une campagne visant à encourager les consommateurs à acheter des produits faits au Canada. Bien que le groupe soit parvenu à s'entendre sur les éléments qui devraient être réputés faire partie du contenu canadien, en fonction essentiellement du travail fait au Canada et/ou de l'avantage pour l'économie canadienne, il était devenu très clair qu'il était impossible de dégager un consensus quant au pourcentage du coût qu'il fallait désigner comme seuil pour que le produit puisse être désigné « Fait au Canada ». Certains l'estimaient à 51 p. 100, alors que d'autres croyaient qu'il devait être beaucoup plus élevé, jusqu'à 80 ou

90 p. 100. Par conséquent, le comité a élaboré deux normes — une qui définissait le contenu canadien, qui servait à le mesurer, et l'autre, intitulée « Pensons Canadien », qui contourrait le problème, mais permettait que les produits soient ainsi classés à l'appui des efforts déployés par le gouvernement. Si ma mémoire est bonne, c'est le processus qui a abouti à la naissance de l'expression « transformation substantielle ».

J'ai fait une distinction entre les mentions « Fait au Canada » et « Produit du Canada ». Le terme « fait » sous-entend un processus de fabrication au cours duquel de nombreux intrants sont réunis pour former un nouveau produit, c'est-à-dire qu'il y a eu en fait une transformation substantielle. Cependant, même cette expression peut poser problème.

Je vous donne un exemple de produit « fait au Canada ». Même s'il est question de produits agricoles, les deux situations ont beaucoup de points communs. Par exemple, un complet pour homme fait sur mesure à partir de tissu importé d'Italie pourrait probablement porter la mention « Fait au Canada » selon les lignes directrices en raison de la forte teneur en main-d'oeuvre canadienne. Le tissu a certes été transformé. Devrait-on faire une distinction entre ce complet et celui qui a été fabriqué à partir de tissu produit au Canada, probablement à partir de laine provenant de moutons étrangers?

L'emploi du mot « produit » dans la mention du pays d'origine sous-entend qu'il y a été cultivé ou fabriqué. Or, le même mot sert habituellement à désigner les denrées, qu'on appelle des « produits agricoles ». Le consommateur a vite fait le rapprochement. Quand on parle de denrées, on s'attend, si elles portent la mention « Produit du Canada » qu'elles ont été cultivées au Canada. Le concept de la valeur ajoutée canadienne est habituellement étranger aux consommateurs dans ce contexte.

Il est donc tout à fait inapproprié et, selon nous, illégal d'étiqueter comme étant un « Produit du Canada » du jus de pomme, par exemple, fait d'un concentré provenant de Chine auquel a été ajoutée de l'eau canadienne, je suppose, et mis en boîte au Canada. La situation se complique encore plus dans le cas d'un produit aux ingrédients multiples comme la glace ou, en fait, de n'importe quel produit alimentaire transformé. La ligne de démarcation entre les deux intérêts que j'ai mentionnés au début commence alors à s'estomper. Existe-t-il un facteur de sécurité ou de salubrité, un problème économique, rien de tout cela ou encore les deux?

Dans l'intérêt de fournir aux consommateurs de l'information exacte, utile et non trompeuse au sujet des produits alimentaires, nous faisons les recommandations générales que voici, tout en reconnaissant qu'il faudrait les travailler davantage pour les rendre plus précises.

• (0925)

En ce qui concerne les produits mis en conserve ou emballés qui contiennent un ingrédient principal ou plus cultivés ou produits au Canada de même que transformés et conditionnés ici, ils pourraient porter la mention « Produit du Canada ». Si le produit comporte de multiples ingrédients que le consommateur peut clairement identifier, par exemple un sac de légumes mixtes, l'étiquette devrait préciser « Produit du Canada » si, par exemple, au moins 75 p. 100 du poids ou du volume est cultivé ou produit au Canada. Idéalement, la source du quart qui reste devrait également être précisée.

Dans le cas d'un produit mélangé, comme de la glace, si la source du principal ingrédient ou de l'ingrédient le plus important est connue comme étant canadienne, alors il pourrait être étiqueté comme étant un « Produit du Canada ». À l'inverse, si le principal ingrédient est connu comme provenant d'une source précise, on devrait envisager que la source soit fournie et, si les principaux ingrédients sont de sources mixtes ou si le mélange varie dans le temps, alors peut-être vaudrait-il mieux ne pas préciser de source du tout.

Pour éviter de semer la confusion, l'expression « Canada de choix » et autres désignations de classement analogues devraient être remplacées par une expression qui n'inclut pas le mot « Canada ».

Voilà ce que j'avais à dire. Je demeure volontiers à la disposition du comité pour répondre aux questions.

Le président: Je vous remercie beaucoup.

Nous allons amorcer le tour de table de sept minutes. Le premier à intervenir est M. Easter.

L'hon. Wayne Easter: Merci, monsieur le président.

Messieurs, je vous remercie de ces exposés et de vous en être tenu à la question à l'étude, soit la mention « Produit du Canada ».

Monsieur Kyte, vous avez mentionné dans votre déclaration qu'il faut renforcer l'exécution et accroître les inspections en magasin. Je suppose que je vais l'exprimer ainsi. Nous avons fait des vérifications au cours des derniers jours, et une campagne de publicité est effectivement en cours concernant le filet de porc à Ottawa. La viande est annoncée dans un établissement comme étant du filet de porc frais vendu 2,99 \$ la livre, mais il n'est nulle part précisé sur le produit qu'il vient des États-Unis.

J'ai ici des échantillons que je suis disposé à faire circuler auprès des membres du comité. Vous pouvez vous aussi les examiner, mais c'est clairement une catégorie de classement utilisée aux États-Unis. J'ai trois paquets de filet de porc ici. Deux portent la mention « filet de porc des États-Unis », alors que l'autre n'a aucune mention.

C'est là une violation flagrante de notre Loi sur l'inspection des viandes, et je demande au secrétaire parlementaire de signifier un avis à l'ACIF pour l'obliger à faire ces inspections en magasin, parce que les consommateurs ont effectivement besoin de pouvoir faire un choix. Je crois que les consommateurs savent que notre industrie du porc canadienne est en plein désarroi.

Les consommateurs ont fait cause commune avec nous quand le secteur de la viande, dont l'industrie du boeuf, était en difficulté et ils ont, en fait, accru leur consommation durant la crise de la vache folle. Je crois qu'il faudrait donner aux consommateurs l'occasion d'acheter des produits canadiens et d'avoir l'assurance qu'ils achètent effectivement un produit canadien. Pareil étiquetage de la part d'un assez bon nombre de magasins fait, selon moi, du tort aux producteurs.

Je vais donc faire circuler ces échantillons, monsieur le président, pour que vous puissiez les examiner. Vous pouvez constater la différence.

Monsieur Kyte, en ce qui concerne les vérifications en magasin, selon vous, est-ce dû à un manque de ressources humaines à l'ACIF, ou le problème est-il d'une autre nature? Je vais en venir à la mention « Produit du Canada », mais il est inutile d'avoir une pareille mention sur l'étiquette si le gouvernement du Canada ne fait rien pour en faire respecter les exigences.

M. Christopher Kyte: Pendant de nombreuses années, nous en avons discuté avec des représentants de l'Agence d'inspection des

aliments, et je crois qu'elle aimerait bien exercer un plus grand contrôle à la frontière, parce que c'est là en réalité qu'il faudrait arrêter les importations illicites ou mal étiquetées. Malheureusement, elle n'en a tout simplement pas les moyens. Cependant, nous devrions nous tourner vers de nouveaux outils.

On peut surveiller la plupart des importations de produits de viande et de volaille grâce à un système dans le cadre duquel on enregistre les étiquettes. Dans le cas qui nous préoccupe, j'ignore s'il y a eu violation de la loi ou si tout était conforme et qu'on ne pouvait rien faire.

Donc, il faut non seulement se doter des bonnes règles, mais avoir également les bons outils.

L'hon. Wayne Easter: Le second point que vous faites valoir est extrêmement important et, je l'avoue, j'aurais peut-être dû en être conscient. J'ignore s'il y en a dans la salle, mais les importateurs devraient être tenus responsables également. Pouvez-vous nous en dire un peu plus à ce sujet?

Vous avez dit que les importateurs ne sont pas soumis aux mêmes règles. Ils devraient indéniablement l'être. Quelles que soient les diverses définitions que nous utilisons, ils devraient être tenus de suivre les mêmes règles et, s'ils se font prendre plusieurs fois à importer un produit qui est soit mal étiqueté ou je ne sais trop quoi, alors ils devraient en payer le prix.

• (0930)

M. Christopher Kyte: Dans le projet de loi C-27, il était prévu d'émettre des permis aux importateurs, mais malheureusement, cette disposition n'était pas en évidence. Ce n'était pas grand-chose et n'attirait pas l'attention.

Il est temps de se doter de ce genre d'outils. Dans la plupart des autres pays, les importateurs ont des comptes à rendre. Chaque usine est enregistrée et, s'il y a des cas de rappel ou de conditions insalubres, elle perd son permis. Toutefois, si vous faites entrer au pays un produit et qu'on ne surveille pas ce que vous faites...

Aux États-Unis, parfois, lorsqu'il y a des guerres de prix ou que la date de péremption du produit approche, ils souhaitent détourner ce produit de leur propre marché. Donc, s'ils peuvent le faire entrer sur le marché canadien, cela fait grimper le niveau des prix aux États-Unis. Nous l'avons vu dans le cas du ketchup et de toute une série de produits agricoles.

L'hon. Wayne Easter: Je vous remercie tous deux.

Le projet de loi C-27 était plutôt complet. En fait, j'y ai consacré beaucoup de temps. Je me demande s'il existe des moyens de mettre en place cette délivrance de permis aux importateurs sans que le gouvernement ait à adopter une loi très volumineuse. Si l'un d'entre vous a des suggestions à cet égard, je suis curieux de les entendre.

Les audiences du comité portent en réalité sur la mention « Produit du Canada », et vous savez qu'aux termes de la définition, cela ne veut dire que 51 p. 100 du coût. Je déduis, de vos déclarations, que ni l'une ni l'autre de vos organisations n'est opposée à changer la mention « Produit du Canada ». J'ignore où cela nous mènera, si ce sera 80 p. 100 ou 70 p. 100 ou quelque part entre les deux, mais la définition devrait en réalité définir le produit comme tel — ce qu'il y a dans l'emballage. Tant que les lignes directrices et les règles sont claires quant à ce qu'est cette définition et qu'elle cible le produit dans l'emballage, vos organismes ne seraient en règle générale pas opposés à cette définition?

M. Mel Fruitman: En règle générale, cela ne nous poserait effectivement pas de problème, à condition — je le répète — que ce soit très clair. Je crois savoir que certaines autres expressions possibles ont été rejetées. Quelle que soit l'expression retenue, il faut qu'elle soit claire. Il faut qu'elle soit bien définie. Quant au sens véritable, il faut qu'il puisse être clairement compris par les consommateurs.

Si la mention « Produit du Canada » est maintenue, il faudra en comprendre, en tant que consommateurs, que le produit comme tel a été cultivé ou élevé au Canada, peu importe la valeur qui y a été ajoutée par après.

M. Christopher Kyte: Oui, j'abonde dans le même sens. Quand nous avons pris connaissance du mémoire des Producteurs laitiers du Canada, nous estimons que l'approche proposée était très raisonnable.

Le président: Je vous remercie beaucoup.

Monsieur Bellavance.

[Français]

M. André Bellavance (Richmond—Arthabaska, BQ): Merci.

Monsieur Kyte, vous avez mentionné dans votre témoignage que selon vous — et vous avez même fait mention d'une étude —, les consommateurs ne s'intéressent pas tous à l'origine des produits. Je suis d'accord avec vous. On a simplement qu'à passer devant un Wal-Mart pour voir que le stationnement est plein. Il y a un paquet de gens qui sont encore prêts, malheureusement, à acheter des produits fabriqués en Chine ou ailleurs, alors que peut-être que dans leur propre famille, il y a des gens qui ont perdu leur emploi dans l'industrie du meuble ou du textile. Ces gens ne voient pas nécessairement l'importance d'encourager la consommation de produits de chez nous qui, même s'ils sont souvent plus chers, sont aussi sans aucun doute de meilleure qualité. Mais on pourra y revenir. On peut comprendre aussi qu'il y a des familles qui ont un budget extrêmement serré, qui font ce qu'elles peuvent et qui essaient d'acheter au plus bas prix possible, peu importe d'où vient le produit, mais il y a une conscientisation à faire à cet égard.

Je ne m'obstine pas avec vous sur le fait que tout le monde ne s'intéresse pas à l'origine des produits, mais je constate moi-même, parce que je m'y intéresse, que bien souvent, c'est une fois que je suis de retour à la maison que je m'aperçois qu'il est écrit sur un produit « Canada no. 1 » et non pas « Produit du Canada » et que je me suis fait avoir, finalement, que je me suis trompé. Je pense qu'il y a beaucoup de gens qui se font prendre comme ça. C'est peut-être le marketing qui l'emporte finalement sur la vérité.

Vous avez mentionné une étude. Avez-vous cette étude? Est-ce quelque chose qui pourrait aider le comité?

• (0935)

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Non. Je n'ai pas l'étude. Des membres individuels du conseil ont effectué des études relatives à leurs propres produits en vue de déterminer comment les consommateurs réagiraient dans différentes situations. De plus, comme vous l'avez dit, Wal-Mart est très heureux d'avoir un produit du Canada en magasin. C'est un énorme changement par rapport aux produits que vend habituellement la chaîne.

Je suis entièrement d'accord avec vous qu'il n'y a rien de mal à ce que le gouvernement du Canada fasse une promotion de l'achat de produits canadiens. Je n'y vois rien de mal. Nous le faisons constamment aux États-Unis .

[Français]

M. André Bellavance: C'est donc l'étude d'un de vos clients, d'un des membres de votre organisme, et elle n'est pas publique. Mais il y a une étude de la Fédération canadienne de l'agriculture — et j'ai confiance en ces statistiques — qui dit que :

[...] 80 p. 100 des répondants étaient d'avis que le concept d'une étiquette canadienne était une bonne ou une très bonne idée, et que les aspects les plus attrayants du concept sont la qualité et la facilité d'identification des produits canadiens.

Cela me dit donc que les gens veulent être bien informés, qu'ils veulent savoir la vérité. C'est pourquoi je vous demande si, selon vous et selon les membres de votre organisme, il serait possible d'avoir deux sortes d'étiquettes et d'avoir un produit et où il serait écrit: « Produit du Canada ».

Au cours des témoignages, on parlait de pourcentages différents, de ce qui se retrouve dans les ingrédients pour déterminer à partir de quel pourcentage on peut dire qu'il s'agit d'un produit du Canada. Je pense qu'on n'a pas encore réglé cette question. Néanmoins, il faudrait changer la règle actuelle qui stipule que 51 p. 100 du produit au total en fait un produit du Canada, alors qu'on sait très bien qu'on considère le pot, le liquide, le couvercle. Et parce que la transformation a été faite ici, c'est devenu un produit du Canada, alors que ça n'en est pas un: l'aliment, lui, n'est pas du Canada.

L'autre étiquette pourrait indiquer « Transformé au Canada » ou encore « Importé au Canada », et on identifierait évidemment l'origine exacte du produit, c'est-à-dire, par exemple, « Produit des États-Unis », « Produit de la Chine ». Par la suite, on aurait ces produits sur les tablettes: le produit du Canada qui, on le saurait, provient d'ici, et le produit transformé au Canada, qui serait identifié de façon à ce qu'on puisse le différencier de l'autre. Cela permettrait de savoir à quoi s'en tenir.

Est-ce que vous et les membres de votre organisme seriez d'accord sur cette idée?

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Nos membres ont discuté de la proposition faite par la Fédération canadienne de l'agriculture de mettre sur pied un programme « Cultivé au Canada ». En fait, nous avons offert de nous joindre à son comité de planification et d'y travailler. Nous estimons que le programme devrait être de nature volontaire, parce que cette formule est vraiment efficace pour différents genres de produits. Par exemple, si vous produisez des frites et que vous voulez présenter votre produit ainsi, c'est logique. Nous convenons qu'il devrait y avoir des programmes volontaires.

[Français]

M. André Bellavance: À ce sujet, on diverge d'opinions parce qu'on a entendu des témoins qui nous ont dit justement tout à fait le contraire. À mon sens, lorsqu'une mesure est volontaire, on a qu'à observer ce qui se passe. On a plusieurs exemples de mesures volontaires mises de l'avant par le gouvernement. C'est encore une façon pour des gens de contourner les règles et règlements, ce qui fait en sorte que, finalement, le consommateur n'est pas plus informé.

Si la mesure est volontaire, qu'est-ce qui va arriver? Va-t-on conserver les identifications « Canada de fantaisie », « Canada no. 1 », « Canada A », « Canada de choix »? Êtes-vous d'accord pour qu'on interdise toutes ces identifications qui ne veulent absolument rien dire?

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Le classement canadien a une signification. Nous avons aidé le gouvernement à refaire tous les règlements sur les produits transformés, qui étaient tous des règlements sur les fruits et légumes transformés. Le fait de prévoir une catégorie Canada A a certes récompensé les agriculteurs, parce que vous obtenez ainsi un meilleur pois, un meilleur haricot, en somme une meilleure qualité. Les normes de classement ont la cote parce qu'elles définissent ce qu'est le maïs ou les pois en conserve, de sorte que je crois que vous souhaitez des normes de classement.

Ce que vous dites ici, c'est que les sociétés pourraient également vouloir utiliser « Produit du Canada » ou « Cultivé au Canada » pour signifier à leurs consommateurs une différence. Il existe certainement une demande pour ce genre de choses. On voudrait pouvoir dire que le produit inspire vraiment confiance et qu'il est préférable de l'acheter parce qu'il porte la mention « Cultivé au Canada » — surtout si un produit étranger est à la source d'une maladie d'origine alimentaire ou autre chose du même genre.

Si vous inscrivez « Produit de... », quel que soit le pays, sur l'emballage, cela change-t-il quoi que ce soit aux ventes? Je n'en suis pas sûr. Voyez tous les fruits en conserve provenant des Philippines et de la Chine; il existe au Canada une forte consommation de coupes de fruits et de fruits en conserve. Or, il est bien mentionné sur l'emballage qu'il s'agit d'un « Produit de Chine ». Nous avions l'habitude d'en produire au Canada, mais c'est là un autre débat.

Donc je ne crois pas que vous puissiez... simplement en accolant un nom sur le produit, mais vous pourriez lancer des campagnes qui disent que ce sont là des produits du Canada. On fait certes la promotion des achats locaux, des produits ontariens et des produits de la Colombie-Britannique. Ce genre de programme stimule la consommation.

● (0940)

M. Mel Fruitman: J'aimerais intervenir, si vous n'y voyez pas d'inconvénient.

C'est pourquoi j'ai mentionné dans ma déclaration liminaire qu'il faut réfléchir à la raison d'être du marketing — quand on commence à confondre les deux raisons. L'une est économique, et l'autre concerne la sécurité, et je crois qu'il faut maintenir la distinction entre les deux.

Du point de vue de la sécurité, il ne fait pas de doute qu'un étiquetage convenable, exact et non trompeur qui précise la source du produit est souhaitable. C'est définitivement le cas.

S'il est question de l'avantage économique pour le Canada et les Canadiens, c'est une toute autre paire de manches, et la solution requise pourrait être légèrement différente. Tout d'abord, une publicité insistant pour que les Canadiens achètent des produits avantageux pour l'économie du Canada, comme la campagne « Pensons Canadien » que j'ai mentionnée tout à l'heure, pourrait peut-être être volontaire, mais à nouveau, toute définition de la mention utilisée sur le produit dans le cadre d'une pareille campagne doit être facilement comprise par les consommateurs.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Lauzon.

M. Guy Lauzon: Merci beaucoup, monsieur le président.

Messieurs, soyez les bienvenus. Je vous remercie d'avoir accepté de venir ici ce matin.

Le phénomène auquel nous sommes confrontés n'est pas nouveau. Il a évolué pendant plusieurs années. Pour des raisons que j'ignore,

on ne s'y est pas attaqué avec autant d'enthousiasme ou de force qu'il aurait fallu, et tant pis. Je suis très fier que notre gouvernement, surtout le premier ministre en décembre... Tout ce que vous nous dites ce matin nous a déjà été dit depuis que nous avons accédé au pouvoir. Le premier ministre, dans son plan d'action à l'égard des consommateurs et des aliments, a tenté de régler le problème et a injecté 113 millions de dollars, en fait, dans ce plan d'action en vue de faire ce que vous recommandez.

J'estime donc que nous sommes dans la bonne voie, et nous avons pris un engagement — notre gouvernement, le premier ministre, même dans le discours du Trône. Notre ministre a pris l'engagement de s'attaquer à ces problèmes très graves.

Monsieur Kyte, j'aimerais simplement obtenir un éclaircissement. Dans votre déclaration liminaire, vous avez mentionné que selon vous, le consommateur souhaite obtenir des aliments sûrs, qu'il tient compte de leur prix, de leur contenu et, peut-être, de l'origine.

Je ne suis pas forcément d'accord avec l'emploi du mot « peut-être » concernant l'origine; je crois que les consommateurs canadiens tiennent à peu près toujours compte de l'origine du produit. Pouvez-vous m'expliquer pourquoi vous estimez que l'origine du produit n'est peut-être pas aussi importante que certains autres critères. Qu'est-ce qui vous le fait croire?

M. Christopher Kyte: Disons-le ainsi. Tout d'abord, c'est moi qui fais l'épicerie chez moi, de sorte que je suis un acheteur éclairé. Ensuite, je passe pas mal de temps à l'épicerie et vois ce que les autres achètent, et c'est toujours intéressant. De plus, dans le rayon des fruits et légumes à l'épicerie, on se croirait aux Nations Unies. Tous les samedis matin, je me rends aux Nations Unies. Vous achetez un produit du Guatemala, un autre des États-Unis et un autre encore du Mexique. Les gens les mettent dans le chariot. Je ne les vois même pas... Ils regardent le prix.

Toutefois, on est de plus en plus conscient du problème. Les gens disent qu'ils souhaitent prendre une décision importante. Cependant, si vous vous fiez aux ventes des fruits en conserve, leur volume a tout simplement bondi, et ces produits ne sont plus faits au Canada.

● (0945)

M. Guy Lauzon: À ce propos, étant donné que le consommateur est informé et que, si on lui donne les faits et qu'il obtient un produit qui est relativement analogue et produit ici au Canada, chaque Canadien en tant que consommateur choisira probablement le produit canadien. C'est mon avis, et nous pourrions convenir que nous ne sommes pas du même avis à cet égard.

Monsieur Fruitman, ce que vous avez dit m'a vraiment plu. Vous avez fait quelques affirmations qui ont retenu mon attention, notamment que nous devrions accroître les inspections des importations, que nous devrions peut-être accroître l'application des exigences relatives à l'étiquetage « Produit du Canada ». Nous sommes d'accord avec ce principe; c'est pourquoi le premier ministre a pris l'engagement de voir au problème. Toutefois, vous avez également affirmé que, lorsqu'il est question d'étiquetage, il faudrait que les affirmations qui y sont faites soient exactes, ce dont je conviens avec vous; vous avez dit qu'il faudrait que l'information soit utile — et j'en conviens avec vous également, car une grande partie de ce que je lis sur les étiquettes actuellement est, selon mes besoins, particulièrement inutile — et vous affirmiez qu'elle devait être honnête, et j'en conviens également. Vous avez aussi mentionné dans une réponse ultérieure à une question, je crois, de M. Easter, qu'il faut que l'information sur l'étiquette soit clairement présentée, qu'on puisse facilement la comprendre.

Lors de mes entretiens avec le ministre, j'ai pu observer qu'il convient de tout cela. Il estime que nous sommes dans la bonne voie, et je vous remercie de l'avoir laissé entendre. Cependant, il estime également qu'il faudrait que l'étiquetage soit plus simple, et je suppose que c'est ce que vous affirmez vous aussi lorsque vous dites que l'information doit être facilement comprise. Il faut qu'elle le soit pour que le consommateur moyen qui entre au magasin n'ait pas à passer beaucoup de temps à essayer de comprendre ce qu'est le produit.

Je crois que M. Easter a parlé de différents niveaux de contenu. Vous-même, monsieur Fruitman, vous avez mentionné que s'il y a un ou deux ingrédients, le produit devrait probablement porter la mention « canadien à 100 p. 100 », ou préciser à 75 p. 100.

Qu'en pensez-vous?

M. Mel Fruitman: Un produit dont vous pouvez identifier toutes les composantes... comme je l'ai expliqué, des légumes mixtes, où il y a peut-être des pois, des carottes, du maïs ou autre chose que vous pouvez facilement identifier et qu'il n'y a pas de mélange. Pour que tous ces produits soient étiquetés « Produit du Canada », il faudrait que 75 p. 100 au moins, par exemple, ou peut-être 90 ou 100 p. 100 aient été cultivés au Canada. Dès qu'il est question d'ingrédients qui se mélangent, naturellement, le pourcentage change.

M. Guy Lauzon: Je suppose que l'essentiel à retenir, c'est qu'il faudrait que le pourcentage soit très élevé.

M. Mel Fruitman: Oui. Lorsqu'il est question d'aliments, il faudrait que le pourcentage soit très élevé et que l'on puisse clairement identifier l'ingrédient. Donc, s'il s'agit d'une boîte de pêches, ces pêches devraient absolument avoir été cultivées au Canada. Si ce sont des pêches et des pommes ou quel que soit le mélange, alors il faudrait que le pourcentage soit peut-être légèrement inférieur. Et quoi qu'il en soit, il est certain que, comme je le disais, s'il y a un ingrédient... Voilà tout le problème posé par le jus de pomme, par exemple. De toute évidence, c'est du jus de pomme, et il peut comme il peut ne pas être fait de concentré, mais nous ignorons où vont ces 27 millions de litres de jus de pomme en provenance de Chine.

M. Guy Lauzon: Et si je proposais que le produit soit entièrement canadien, sans quoi il ne peut porter la mention « Produit du Canada »?

M. Mel Fruitman: Parlez-vous d'un produit fait d'un seul ingrédient? Dans ce cas, parlez-vous du contenu?

M. Guy Lauzon: Oui.

M. Mel Fruitman: Cela pourrait peut-être convenir, effectivement.

M. Guy Lauzon: Je vous remercie. Vous pourriez peut-être nous laisser 1 ou 2 p. 100 de jeu dans ce cas. Si la composition était de 99 p. 100 ou...

Monsieur Kyte, souscrivez-vous à ce que M. Fruitman et moi venons de dire?

M. Christopher Kyte: Je serais d'accord quant au sens de ce que vous avez dit, oui, mais je poserais comme condition qu'il faut aussi récompenser les entreprises qui font des produits qui ne sont pas composés à 100 p. 100 d'ingrédients canadiens.

• (0950)

M. Guy Lauzon: Je comprends, mais nous parlons d'exactitude de l'étiquetage. Vous ne seriez pas opposé à ce que nous soyons très honnêtes, très clairs et facilement compris...? D'accord.

Monsieur Fruitman, vous avez aussi mentionné que vous vous intéressez beaucoup à l'innocuité de nos aliments. Avez-vous eu le temps d'examiner le plan d'action que nous proposons? Estimez-vous que nous sommes dans la bonne voie, qu'à la fin de tout ce processus, nous aurons des aliments sains?

M. Mel Fruitman: Oui, et je l'espère. Je crois que vous êtes dans la bonne voie et j'espère que c'est le résultat que nous obtiendrons.

M. Guy Lauzon: Je vous remercie beaucoup.

Le président: Monsieur Atamanenko.

M. Alex Atamanenko (Colombie-Britannique-Southern Interior, NDP): Je vous remercie beaucoup.

Je m'excuse d'être arrivé en retard. J'ai dû choisir entre votre groupe dynamique et un groupe de 30 étudiants de ma circonscription que j'ai fait entrer en douce à la Chambre des communes pendant qu'on effectuait les contrôles de sécurité.

Monsieur Fruitman, j'aimerais avoir votre opinion sur un sujet. M. Easter a fait circuler des échantillons durant le déjeuner. J'ignore si vous les avez vus, mais il y avait trois échantillons de porc. Deux des trois portaient des étiquettes des États-Unis, et l'autre n'avait pas d'étiquette. Manifestement, nos accords commerciaux permettent une libre circulation de la viande de part et d'autre de la frontière. En tant que consommateur, si vous trouviez des produits ainsi étiquetés à l'épicerie, que feriez-vous?

M. Mel Fruitman: Si j'allais à l'épicerie et, en fait, c'est moi qui fait la plupart des achats chez moi, je voudrais connaître l'origine du produit. Je ne souhaiterais certes pas qu'on me dise qu'il vient d'un certain pays si ce n'est pas le cas. Je n'ai pas vu les produits, mais d'après ce que vous avez dit, deux d'entre eux portaient des étiquettes.

M. Alex Atamanenko: Ils portaient des étiquettes des États-Unis, alors que l'autre n'en avait pas du tout.

M. Mel Fruitman: Ils portaient des étiquettes des États-Unis, ce qui laisse entendre que le produit provenait de ce pays. Quant à celui dont on ignore la provenance, je serais probablement enclin, du moins dans ce cas-là, à choisir un de ceux dont je connais la provenance, plutôt que celui dont j'ignore tout. Si aucun d'entre eux n'avait de mention de la provenance, en tant que consommateur, je serais très déconcerté, si je m'intéresse au pays d'origine.

Parfois, ces critères ne sont pas forcément ceux qui nous viennent immédiatement à l'esprit. Comme l'a laissé entendre M. Kyte, le prix est habituellement le premier critère. Le pays d'origine ou lieu de production prendra probablement de l'importance s'il existe des facteurs externes qui jouent au moment de l'achat — des reportages dans les médias au sujet de certains incidents, différents facteurs, des forces externes qui pourraient obliger le consommateur à penser en ces termes.

Je remarque également, quand je circule dans l'épicerie, que je suis là en train de lire les étiquettes, que bien des gens beaucoup plus pressés prennent le premier produit venu, parfois le moins cher.

Si nous exigeons l'étiquetage, alors je tiens à ce qu'il soit exact. Si nous n'en savons rien, alors mieux vaut probablement ne rien dire du tout et laisser le consommateur décider s'il souhaite acheter le produit dont il ignore tout ou trouver celui qu'il connaît.

M. Alex Atamanenko: Ma prochaine question — et je vais vous la poser également, monsieur Kyte — porte sur l'étiquetage, volontaire ou obligatoire. Des témoins qui ont comparu devant le comité en ont parlé. Par exemple, depuis 2004, nous avons l'étiquetage volontaire pour les aliments GM, et nous ne voyons rien de tel. Le système n'a pas été implanté. Je me demande ce que vous en pensez. Si nous acceptons de changer le système et que nous avons des critères, faut-il que ce soit obligatoire ou volontaire?

Par ailleurs, des critères différents devraient-ils être établis en fonction du produit? Devrait-on songer à des critères différents pour la viande transformée, les mélanges de viande, les fruits et les légumes?

M. Mel Fruitman: Malheureusement, cette situation devient très complexe. Je dirais essentiellement que les produits alimentaires devraient être marqués, mais cette pratique devient difficile dans certains cas. Comme je l'ai dit, pour les produits alimentaires, je crois qu'il faudrait imposer un étiquetage obligatoire pour répondre aux préoccupations des consommateurs sur la salubrité du produit et la perception ou la croyance inhérente que les produits canadiens sont sécuritaires, bien plus que certains produits importés. La perception n'est pas nécessairement la réalité, mais c'est là la perception des consommateurs. Alors l'étiquetage des produits alimentaires devrait être obligatoire.

Si l'on songe à la promotion de la valeur économique pour le Canada que représente la production d'une chose qui a une plus grande valeur ajoutée canadienne, alors l'étiquetage pourrait être volontaire dans ce cas.

En fait, nous disons qu'il pourrait y avoir différentes règles pour différents types de produits. Lorsqu'il s'agit de différentes denrées alimentaires — les viandes par rapport aux légumes, etc. — je dirais de façon générale que l'étiquetage doit être obligatoire, mais il faudrait probablement se pencher davantage sur la question.

• (0955)

M. Christopher Kyte: Merci.

Nous croyons qu'il faut dire la vérité dans la publicité. Nous aimons bien la Loi sur les aliments et la protection des consommateurs qui est à l'étude et qui est proposée. Nous croyons qu'elle présente beaucoup d'éléments dont nous pouvons nous servir pour améliorer le système. Je crois qu'il est grand temps de le faire. Il est possible d'instaurer des contrôles adéquats.

Quant à savoir s'il faut un système d'étiquetage volontaire ou obligatoire, l'étiquetage est obligatoire pour certaines choses, comme tout ce qui est visé par la Loi sur les produits agricoles au Canada. L'étiquetage devrait être volontaire pour autres choses, mais il faut aussi être honnête. Lorsque vous dites « Produit du Canada » et que vous connaissez les règles qui s'appliquent, vous devez les respecter. Si vous pouvez importer un produit sans dire d'où il vient, c'est un problème et je dirais qu'il faut un étiquetage obligatoire dans ce domaine.

M. Alex Atamanenko: À l'heure actuelle, un « Produit du Canada » suppose une production canadienne à 51 p. 100. Ce critère devrait-il être modifié, et comment ce changement pourrait se faire, selon vous?

M. Christopher Kyte: J'espérerais que l'on tienne compte... Nous ne sommes que deux ici, n'est-ce pas? Nous ne pouvons pas décider de tous les paramètres. Toutefois, si le gouvernement tenait des consultations exhaustives auprès des consommateurs partout au pays et auprès de l'industrie, vous pourriez alors savoir exactement quel devrait être le pourcentage. Est-ce que c'est 100 p. 100, ou

100 p. 100 moins les pesticides et d'autres activités économiques qui sont importées?

M. Alex Atamanenko: Au bout du compte, ce critère devrait-il être fondé sur le contenu et non sur la valeur économique du produit visé?

M. Christopher Kyte: Je crois que ce critère est passablement normalisé partout dans le monde. Il repose sur la valeur totale.

M. Alex Atamanenko: La valeur totale?

M. Christopher Kyte: Oui.

M. Alex Atamanenko: Monsieur Fruitman.

M. Mel Fruitman: Encore une fois, cela revient à ce que j'ai dit plusieurs fois, c'est-à-dire l'intention du marquage. Quel message veut-on transmettre? Cela suppose que nous devons peut-être avoir deux types de marquage, selon l'effet recherché: veut-on, premièrement, faire valoir l'innocuité ou la sécurité du produit et veut-on, deuxièmement, promouvoir la valeur économique pour le Canada?

Pour répondre à votre autre question, on doit changer la façon dont est appliquée la mention « Produit du Canada ».

M. Alex Atamanenko: Merci.

Le président: Merci.

Nous allons maintenant passer à des interventions de cinq minutes.

Monsieur Steckle, vous avez la parole.

M. Paul Steckle (Huron—Bruce, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je dirais aux témoins que leurs commentaires m'intéressent beaucoup et je suis bien d'accord avec eux à bien des égards.

La raison pour laquelle nous sommes réunis, c'est pour nous entendre sur les modalités d'étiquetage et l'application du système adopté. Je crois qu'il est très clair pour nous tous ici que l'organisme chargé de l'application de la loi, l'ACIA — et peut-être d'autres — ne fait pas son travail, pour une raison quelconque. C'est peut-être qu'elle n'a pas un personnel suffisant. J'en doute, puisque nous savons qu'il y a beaucoup de gens qui travaillent dans ses services. Certains d'entre eux pourraient peut-être mettre leur énergie et leurs efforts ailleurs que dans l'application de la loi.

Je suis également très inquiet qu'il n'y ait aucun mécanisme permettant d'exiger des comptes aux importateurs. Je crois que c'est là un aspect que nous devons examiner très sérieusement à partir d'aujourd'hui, qu'il faut combler cette lacune, parce qu'aucun produit provenant des États-Unis ou d'ailleurs dans le monde ne devrait être vendu au Canada s'il n'est pas clairement indiqué qu'il s'agit d'un produit importé.

Nous avons une multitude de logos et d'étiquettes, et différentes idées sur ce qu'ils signifient. Nous ne comprenons pas tout à fait leur signification.

Je crois qu'à partir de maintenant, nous devons clarifier ce que signifie « Produit du Canada » et préciser si l'on parle du produit qui se trouve dans la boîte de conserve ou du contenu de ce produit. Cette mention doit renvoyer au contenu, et non à la valeur, parce que l'eau n'a pas beaucoup de valeur, mais vous pouvez y attribuer une valeur de façon artificielle. Je crois qu'il faut établir très clairement qu'il s'agit du contenu. Personnellement, je crois que ce contenu devrait être d'au moins 75 p. 100.

Je crois qu'il faudrait aussi une étiquette claire qui montre qu'un produit est canadien. Je préférerais une étiquette disant « Cultivé au Canada », et on pourrait ajouter une feuille d'érable à cette mention. Ceux qui cultivent des produits ici... Le mot « cultivé » convient mieux pour les aliments que « fabriqué » puisque nous ne fabriquons pas des aliments. Nous les transformons, mais nous ne les fabriquons pas; nous cultivons toutes les choses que nous consommons.

Que diriez-vous d'une étiquette indiquant qu'un produit est entièrement canadien, peut-être à 98 p. 100? Il y a toujours une marge, mais ce produit provient du Canada. Cette pomme est cultivée au Canada. Ce morceau de viande de porc, ce filet, est un produit de porc élevé au Canada, et les gens le savent lorsqu'ils l'achètent. Ils n'ont pas à poser d'autres questions. Ils n'ont pas à regarder d'autres étiquettes, parce que tout est dit.

Si nous avions une étiquette claire, nous pourrions promouvoir cela en tant que pays. Les provinces pourraient évidemment apposer leurs propres logos, promouvoir leurs produits, ce qui me paraît juste, mais les Canadiens ont besoin de comprendre et je crois que c'est assez simple.

Pour ce qui est des autres produits, nous devons avoir la mention « Produit du Canada » et il faut qu'il soit clairement entendu que 75 p. 100 de ce produit provient du Canada.

Vous pourriez aussi avoir un autre indicateur secondaire disant « divers produits importés », parce qu'il pourrait y avoir des haricots dans le produit et 15 autres ingrédients différents. C'est assez difficile de savoir. Dix pays différents pourraient être représentés sur la boîte de conserve. Je ne sais pas si nous utiliserions un terme général comme « divers produits importés », mais il faut que ce soit simple. Les gens doivent comprendre clairement lorsqu'ils font leurs achats que certains produits sont canadiens et d'autres ne le sont peut-être pas.

Qu'en pensez-vous?

• (1000)

M. Mel Fruitman: Je crois que c'est là l'information que nous voulons avoir.

Concernant ce dont vous avez parlé, je n'ai pas bien compris si vous proposez qu'il y ait deux étiquettes distinctes, « Cultivé au Canada » et « Produit du Canada ».

M. Paul Steckle: Excusez-moi, s'il était écrit « Cultivé au Canada » ou « Élevé au Canada », on saurait que le produit répond à toutes les exigences — qu'il a été cultivé ici, et non importé; ce n'est pas un produit qui a été envoyé aux États-Unis et retourné ici. C'est un produit cultivé au Canada. Les pommes en sont un bon exemple.

M. Mel Fruitman: D'accord. Je dirais simplement que cette mention pourrait être acceptable si elle remplace « Produit du ». Toutefois, rappelez-vous que le consommateur fait une distinction entre « Cultivé » et « Élevé », ce qui peut semer la confusion. Même si techniquement il n'y a pas de différence, ces mots peuvent signifier des choses différentes pour le consommateur.

Il serait logique de dire « Divers produits importés » ou une chose semblable, mais il faut prendre garde de ne pas nous encombrer d'un trop grand nombre de termes différents. C'est là où nous risquons d'annuler les effets positifs que nous produisons, si nous adoptons tellement de termes que le consommateur s'y perd.

Encore une fois, c'est une bonne piste à suivre. Il faut réfléchir très soigneusement à ce que doit être l'étiquetage final.

M. Paul Steckle: Je crois que les Canadiens sont de plus en plus au courant de ces choses, en particulier si on les sensibilise par la

publicité. Les provinces le font, et les gens sont conscients d'acheter ou de ne pas acheter des produits canadiens.

Quant à l'expression « Produit du Canada », je serais ravi qu'elle disparaisse et qu'on la remplace par quelque chose de clair. Les significations varient tellement que les Canadiens ne comprennent pas le sens de cette expression.

M. Mel Fruitman: Rappelez-vous que si vous adoptez un nouveau terme, vous devez lancer une campagne quelconque pour dire clairement aux gens ce qui a été éliminé, ce qui est nouveau et ce que signifie le nouveau terme.

M. Paul Steckle: Je crois que le Canada doit faire cela. Si le gouvernement du Canada le croit vraiment, alors nous avons la responsabilité de faire en sorte que les Canadiens comprennent et que nous faisons la promotion de nos produits. D'autres pays le font; nous devons le faire aussi. Nous devons défendre l'agriculture du Canada, et nous ne l'avons pas fait.

Le président: Votre temps est écoulé.

M. Storseth est le prochain intervenant.

M. Brian Storseth (Westlock—St. Paul, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Merci d'être venus aujourd'hui.

Je vais continuer à faire valoir ce point jusqu'à ce que M. Wilson finisse par me citer.

Je ne fais pas autant d'argent que certains députés d'en face. Je n'ai pas les moyens d'amener mon avocat à l'épicerie à chaque jour pour m'assurer d'acheter un produit cultivé ou fabriqué au Canada, si c'est exactement ce que je veux. En tant que consommateur, j'ai le droit de faire ce choix.

J'ai écouté M. Steckle. Je comprends qu'il faille simplifier les choses, mais il a parlé ensuite d'indicateurs secondaires, des produits divers et de la mention « Cultivé au Canada » qu'il voudrait ajouter pour indiquer qu'un produit est fabriqué au Canada ou élevé au Canada.

Nous n'avons pas besoin de choix plus nombreux. Lorsque les consommateurs et les gens de nos circonscriptions vont à l'épicerie, ils ont déjà une pléiade de choix devant eux. La plupart ne sont pas des experts en droit qui peuvent comprendre la notion du 51 p. 100. Ce sujet est l'un des plus frustrants que j'ai connu à titre de député, alors qu'on nous parle des subtilités de ce qui est et de ce qui n'est pas un produit du Canada.

Je crois que nous devons simplifier le système — il n'y a aucun doute à ce sujet — mais nous n'avons pas à adopter de nouvelles étiquettes.

Monsieur Kyte, vous avez dit que vous aimez l'idée d'une nouvelle étiquette « Cultivé au Canada » et qu'il faudrait lancer une nouvelle campagne de commercialisation pour l'établir. Pouvez-vous m'expliquer les différences entre « Produit du Canada », « Fabriqué au Canada », « Cultivé au Canada » et « Élevé au Canada »? Pouvez-vous m'expliquer les différences entre ces quatre expressions?

•(1005)

M. Christopher Kyte: Si j'étais un consommateur à l'épicerie, je ne voudrais pas cela. Je pourrais vous donner tous les détails techniques, mais je ne crois pas que c'est ce que vous voulez maintenant. Je comprends ce que vous dites.

Ce que je voulais dire, c'est que si une province, un producteur quelconque ou quelqu'un d'autre voulait faire la promotion d'un produit cultivé au Canada, pourquoi ne pourrait-il pas faire une démarche volontaire qui serait profitable à son entreprise? Si un producteur de frites veut s'associer à ses fournisseurs et mettre au point une étiquette « Cultivé au Canada », pourquoi ne pourrait-il pas le faire? Ce serait sur une base volontaire.

Vous avez bien raison : clarifions ce que signifie « Produit du Canada ». Je crois que cela en vaut la peine. Ce que vous dites est juste : il ne faut pas compliquer les choses davantage.

L'autre chose qu'il faut comprendre, c'est la façon dont les entreprises transforment les produits. Un de nos membres est un important acheteur de pommes. Il achète toutes les pommes qu'il peut trouver en Ontario. Il achète également toutes les pommes qu'il peut trouver au Québec. Il doit aussi se tourner vers l'État de New York pour compléter ses achats de l'année. Il le fait sur une base saisonnière. Vous n'allez pas lui demander de garder une foule d'étiquettes différentes, ou au moins deux étiquettes « Produit des États-Unis » et « Produit du Canada ». Vous voulez le récompenser pour son investissement.

Un autre de nos membres produit de la confiture de fraise. Il achète toutes les fraises qu'il peut trouver en Ontario et, lorsqu'il en manque, il doit importer les fruits d'un autre pays.

M. Brian Storseth: Alors, monsieur Kyte, si je comprends bien, vous seriez d'accord pour dire que l'industrie ou quelqu'un serait favorable à l'adoption de la nouvelle mention « Cultivé au Canada » ou une mention semblable et qu'il voudrait investir dans ce sens, parce qu'il en retirerait un avantage économique. C'est comme la mention « Boeuf de l'Alberta », un processus d'étiquetage volontaire lancé par l'industrie qui a été l'une des initiatives les plus réussies du secteur agricole que je connaisse. C'était une initiative volontaire. Je suis d'accord avec vous lorsque vous dites que c'est ce qu'il faudrait faire.

Êtes-vous d'accord sur ce point, monsieur Kyte?

M. Christopher Kyte: Tout à fait.

M. Brian Storseth: Monsieur Fruitman, j'aimerais aborder quelques questions et peut-être préciser certaines choses dont vous avez parlé avec d'autres membres du comité. Cela m'a paru très intéressant. Vous avez touché un aspect sur lequel je suis d'accord.

Cette question touche l'économie. Elle touche aussi la salubrité. Elle touche même les fraudes. Il faut parfois être en mesure de faire une distinction entre ces diverses optiques, mais il faut tout de même dire la vérité, peu importe l'optique retenue, n'est-ce pas? Vous en convenez. Alors l'avantage économique dont vous parlez et l'avantage sur le plan de la salubrité dont vous parlez, lorsqu'il est question d'étiquetage, devraient être une seule et même chose.

M. Mel Fruitman: Je suis désolé, mais non.

M. Brian Storseth: Cela devrait être une seule et même chose, n'est-ce pas?

M. Mel Fruitman: Non, pas nécessairement.

M. Brian Storseth: Pourquoi? Lorsqu'on parle d'étiquette et de la véracité des renseignements qui s'y trouvent, cela devrait...

M. Mel Fruitman: Non, parce que comme je l'ai dit, les consommateurs regardent l'étiquette selon deux points de vue différents. Premièrement, il y a la question de l'innocuité ou de la sécurité, et c'est ce qui prévaut habituellement lorsque nous parlons de denrées alimentaires. L'autre aspect est l'avantage économique, qui s'appliquerait à toutes les gammes de produits.

L'exemple des pommes que M. Kyte vient d'utiliser me dérange un peu. Si ce producteur pouvait isoler ses chaînes de production et dire, cette fois-ci je n'ai utilisé que des pommes canadiennes, alors il pourrait apposer l'étiquette « Produit du Canada »; les autres ne le pourraient pas. Si sa méthode de fabrication ne lui permet pas de déterminer quel produit est allé dans telle ou telle boîte de conserve, alors il ne pourrait pas utiliser la mention « Produit du Canada », puisqu'il mêle alors les deux concepts. Le premier consiste à connaître l'origine du produit. Le deuxième concerne l'avantage économique pour le Canada.

•(1010)

M. Brian Storseth: D'accord, mais je crois que nous sommes tous d'accord pour dire que les consommateurs doivent d'abord pouvoir compter sur notre franchise, que ce soit sur la salubrité du produit ou sa valeur économique. Deuxièmement, je crois que nous sommes tous d'accord ici — et je vais vous laisser faire des commentaires à ce sujet — pour dire que le gouvernement doit s'attacher à renforcer le système d'étiquetage actuel et à le rendre plus simple et plus facile à comprendre pour les consommateurs, que ce soit en relevant les normes ou autrement. C'est sur cet aspect que le gouvernement doit se concentrer.

M. Mel Fruitman: Oui, nous devons veiller à ce que les étiquettes présentent une information vraie et utile et à ce qu'il n'y ait aucune confusion dans l'esprit des consommateurs. À cette fin, il me semble qu'il serait préférable de conserver l'étiquette « Produit du Canada », mais de clarifier ce que cela signifie, au lieu d'adopter une nouvelle étiquette, ce qui entraîne de multiples complications.

[Français]

Le président: Madame Thi Lac, c'est votre tour.

Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac (Saint-Hyacinthe—Bagot, BQ): Bonjour, messieurs. J'ai beaucoup aimé vos exposés, ce matin. Je voudrais revenir sur deux ou trois éléments qui ont été abordés par quelques-uns de mes confrères, dont l'étiquetage volontaire par opposition à l'étiquetage obligatoire. Ne croyez-vous pas qu'une norme volontaire serait au désavantage du consommateur? Les choses qui se font de façon volontaire ne sont pas souvent mises en application de façon massive. Cela ne pourrait-il pas désavantager, encore une fois, le consommateur?

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Merci.

Le système actuel fonctionne relativement bien. Ce que nous essayons de faire, c'est améliorer l'information transmise au consommateur. C'est un système volontaire. Tant que vous pouvez dire où le produit a été transformé la dernière fois, le consommateur obtient un niveau acceptable de renseignements.

Je vais vous donner un exemple. Le transformateur de pommes dont j'ai parlé achète tous les fruits qu'il peut au Canada, mais il se voit obligé d'en acheter dans l'État de New York. Ses étiquettes ne portent probablement pas la mention « Produit du Canada ». Il est probable qu'elles ne montrent que la norme de classement, et il s'agit d'un produit de catégorie A. Rien ne cloche ici. Le consommateur sait donc qu'il s'agit d'un produit canadien. Il sait, d'après l'adresse, qu'il s'agit d'une entreprise canadienne.

La grande lacune, selon moi, c'est le produit qui est « Emballé pour » ou « Importé pour ». Cette mention ne confirme pas du tout l'origine du produit. Elle ne dit pas où il a été fabriqué, d'où viennent les ingrédients, et c'est une grande lacune sur laquelle on devrait se pencher. Établissez des règles de jeu uniformes.

Merci.

[Français]

Mme Ève-Mary Thai Thi Lac: Qu'en pensez-vous, monsieur Fruitman?

[Traduction]

M. Mel Fruitman: L'étiquetage d'origine des produits alimentaires devrait être obligatoire. Il faudrait probablement conserver la désignation « Produit du », mais en resserrant sa définition pour indiquer vraiment que le produit a été cultivé ou élevé au Canada.

L'étiquetage volontaire fonctionnerait, je crois, dans les cas où l'aspect économique est mis en valeur. Lorsqu'il est question de sécurité ou de salubrité, lorsque les gens se préoccupent de ce qu'ils mangent, l'étiquetage ne devrait pas être volontaire. M. Atamanenko a mentionné les aliments GM. L'étiquetage de ces aliments devrait être obligatoire. Si des aliments sont génétiquement modifiés, les consommateurs devraient le savoir. Nous ne disons que nous sommes pour ou contre ces aliments. Donnez aux consommateurs l'information nécessaire pour qu'ils prennent leurs propres décisions et qu'ils fassent leurs propres choix.

[Français]

Mme Ève-Mary Thai Thi Lac: On sait maintenant que la règle des 51 p. 100 s'applique au coût de fabrication et non au contenu. Plusieurs témoins nous ont exposé leur point de vue sur cela. J'aimerais entendre à nouveau ce que vous avez à dire au sujet de cette norme. Vous avez dit que vous ne vouliez pas indiquer à quel pourcentage devrait être la norme, mais celle-ci devrait-elle s'appliquer au contenu plutôt qu'au coût de fabrication?

• (1015)

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Je ne sais vraiment pas. Je crois que vous avez raison de dire qu'il faut améliorer le système. Le sens à donner à la mention « Produit du Canada » soulève bien des questions. Je crois qu'il faut examiner ce que cela signifie.

Vous ne voulez pas désavantager les entreprises qui fabriquent d'autres types de produits au Canada. Aujourd'hui, elles fabriquent un produit provenant du Canada, et demain, elles fabriquent un produit d'ailleurs. Vous devez faire attention à l'étiquetage. Parce que nous sommes maintenant dans une économie mondiale, un fabricant de tartinade aux fruits peut acheter des bleuets des Maritimes une année, et une partie des fruits d'un autre pays l'année suivante. Eh bien, il ne veut pas avoir une série d'étiquettes différentes. S'il met trois fruits différents dans sa tartinade et que les bleuets représentent 5 p. 100, 10 p. 100 ou 30 p. 100 du produit, est-ce qu'il va vouloir indiquer que ce n'est pas un produit du Canada? Je

n'en suis pas certain. Je crois qu'il faudrait être beaucoup plus nombreux autour de la table pour examiner tous les paramètres.

Merci.

M. Mel Fruitman: Je ne crois pas que les consommateurs soient vraiment préoccupés par les problèmes de vos membres, à savoir quelle est l'origine des aliments qu'ils transforment.

Je répète que nous devons faire cette distinction. Quel est le message que nous essayons de transmettre? Quelle information voulons-nous transmettre aux consommateurs avec cette étiquette? S'il s'agit d'un aliment, l'étiquette doit dire aux consommateurs quelle est l'origine du contenu, et non quelle est la valeur économique pour le Canada. Ce sont deux messages complètement différents, qui doivent être séparés.

Le président: Madame Skelton, vous avez la parole.

L'hon. Carol Skelton (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC): Merci beaucoup, messieurs. C'est très intéressant de connaître vos points de vue.

Monsieur Kyte, au début de votre exposé, vous avez mentionné des pourcentages de la population. Vous n'avez pas dit exactement quel est le pourcentage de gens qui veulent connaître l'origine des aliments qu'ils consomment. Avez-vous ces chiffres ici?

M. Christopher Kyte: Non. Ce que j'ai dit, c'est que les gens veulent savoir quel est le prix. Ils veulent savoir quel est le produit. Correspond-il à leurs attentes? De plus en plus, je crois qu'ils aimeraient savoir d'où il vient. Nous en avons certainement beaucoup parlé.

Je ne crois pas que tous les gens prennent des décisions d'achat en fonction de l'origine du produit. Lorsque je suis allé chez Farm Boy, deux types de pois étaient vendus. Ils provenaient de la Chine. Ferais-je cela? Je ne le sais pas, mais j'ai été très surpris.

L'histoire de Wal-Mart était un autre point de vue. Vous avez raison, nous voulons, je crois, augmenter l'activité économique au Canada. Je ne suis pas certain que le fait de dire « Produit du Canada » et de mentionner où il a été fabriqué, où il a été cultivé, va changer cela. Je crois qu'il y a autres choses à faire pour stimuler la croissance de l'entreprise canadienne.

L'hon. Carol Skelton: C'est intéressant parce que comme M. Easter, je suis allée au centre-ville, juste pour voir les magasins et les épiceries, examiner les étiquettes et voir ce qui se passe à la lumière des discussions que nous avons eues ici.

Puisque je souffre de certaines allergies alimentaires, j'ai tendance à rechercher le produit le plus propre possible. Je cherche des produits canadiens puisque, en tant de productrice agricole, c'est ce que je veux. Si j'achète des lentilles ou des pois chiches, je veux savoir qu'ils sont cultivés au Canada, qu'il s'agit d'un produit du Canada. Je me préoccupe de ces choses.

Savez-vous s'il existe des données, des sondages ou des statistiques qui montrent qu'on imposerait un fardeau inutile, un fardeau supplémentaire, à nos transformateurs et qu'on réduirait davantage les denrées canadiennes, si nous ajoutions des coûts à l'étiquetage?

• (1020)

M. Christopher Kyte: Nos membres sont d'accord pour dire que l'étiquetage doit présenter des renseignements véridiques et que le consommateur doit être en mesure de prendre des décisions éclairées sur ce qu'il achète. On revient à la mention « Produit du Canada », sur laquelle il faut se pencher, et c'est ce que vous faites maintenant. Je crois que vous voulez savoir aussi, si le produit est importé, de quel pays il provient. Les établissements de transformation en Chine sont probablement parmi les plus beaux et les plus propres du monde, mais la situation environnementale pourrait poser un problème, de même que le manque de contrôle dans le système d'inspection alimentaire chinois.

Permettez-moi de revenir à l'Agence d'inspection des aliments, dont on a parlé tout à l'heure. Pour l'industrie de la transformation alimentaire et les consommateurs, l'Agence d'inspection des aliments est la plus importante qui soit. Elle administre plus de 1 400 accords commerciaux internationaux. Sans elle, nous ne pourrions pas expédier des produits. Nos échanges commerciaux prendraient fin demain. Vous pourriez perdre le ministère de la Défense nationale pendant deux mois sans qu'il vous manque, mais l'ACIA est vraiment importante.

Nous avons l'impression que l'agence n'a pas un personnel suffisant. Pourtant, elle compte beaucoup d'employés; ses priorités d'inspection doivent peut-être être changées. On voudrait en faire plus à la frontière, mais on est incapable de le faire, et c'est très important. Si vous examinez certains produits, un grand nombre de respectent aucun règlement canadien — les étiquettes ne sont pas bilingues; elles ne sont rien.

Excusez-moi. J'ai cru simplement qu'il fallait le dire.

L'hon. Carol Skelton: C'est le genre de choses que nous avons besoin d'entendre. Merci de le souligner.

Quand j'examine la situation, j'ai des craintes par rapport aux importateurs qui ne respectent pas les normes, et c'est parfait qu'on ait soulevé ce point. Je crois que c'est la première fois qu'un groupe de témoins le fait valoir.

Voulez-vous ajouter quelque chose, Monsieur Fruitman?

M. Mel Fruitman: C'est vraiment hors sujet, mais je suis d'accord à propos de l'ACIA. En fait, le sentiment général est que les mesures de protection des consommateurs au Canada sont plutôt laxistes depuis une vingtaine d'années. Il existe des organismes dont le mandat est de protéger les consommateurs canadiens. Ces derniers ont donc la fausse impression que tous les produits qui se retrouvent sur le marché sont « sans danger ». Évidemment, c'est loin d'être le cas, car bon nombre des règlements en place, aussi peu rigoureux soient-ils dans certains cas, ne sont pas appliqués adéquatement.

Alors oui, je crois qu'il faut renforcer l'ACIA. En fait, il faudrait la dissocier du ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire pour en faire une entité distincte.

L'hon. Carol Skelton: Monsieur Kyte, vous avez parlé de 95 rappels... S'agissait-il de produits alimentaires?

M. Christopher Kyte: Il y a eu 151 rappels de produits nationaux, et 95 de produits importés. Une part disproportionnée d'importations ont fait l'objet de rappels. Je trouve ça un peu inquiétant.

On peut en déduire que ces produits n'ont probablement pas été traités selon les mêmes normes qui ont été établies au pays. Nous faisons un travail extraordinaire au Canada, mais nous n'avons par contre pas la capacité de surveiller les installations de production à l'étranger.

Le président: Merci. Votre temps est écoulé.

Monsieur Boshcoff.

M. Ken Boshcoff (Thunder Bay—Rainy River, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vais poursuivre dans la même veine. Il est difficile pour le consommateur de comparer les différents produits, car l'information n'est jamais présentée de la même façon d'un emballage à l'autre. On mesure en tasses, en onces, en millilitres, en grammes, en cuillerées à table; on passe du solide au liquide, et du volume au poids.

Les portions ne sont jamais pareilles, qu'on parle de croustilles, de céréales ou de barres déjeuners. Par exemple, la portion est de quatre craquelins pour la version « sans sel » des Triscuit, et de cinq pour la version faible en gras. Sur les sacs de croustilles, on se contente de nous donner l'information « par portion », ce qui correspond à cinq croustilles. Eh bien, je ne connais personne, à part M. Bellavance, qui s'arrête à cinq.

Une voix: Et Joe Preston.

M. Ken Boshcoff: Ah oui, Joe aussi.

L'autre jour, quelqu'un a apporté un anneau de saucisse kolbassa. Sur l'emballage, on utilisait une portion de cinq centimètres pour donner l'information nutritionnelle (grammes de lipides, cholestérol, nitrates, etc.). On nous a aussi donné l'exemple de deux tranches de jambon très minces, ou de deux tranches de bacon. Pour les barres déjeuner, on se sert d'« unités » — heureusement, les portions ne sont pas mesurées en bouchées.

Finalement, il faut trouver une mesure universelle pour que les croustilles de maïs et les croustilles de pommes de terre, par exemple, soient mesurées de la même façon, afin que les consommateurs puissent savoir exactement ce qu'ils achètent.

Alors, monsieur le président, il s'agit surtout de savoir dans quelle mesure les produits alimentaires sont bons ou mauvais pour la santé, et il faut trouver un moyen de quantifier et de définir le tout. C'est bien de connaître le nombre de grammes de lipides et tout, mais cela ne nous permet pas toujours de nous faire une idée claire de ce que cela signifie.

La seule façon d'y arriver serait de comparer les différentes marques et d'espérer qu'elles utilisent toutes la même norme de cinq croustilles pour comprendre ce que nous offrent vraiment les versions allégées. Je pense qu'il est fondamental de normaliser les quantités, parce qu'il n'y a aucune uniformité à l'heure actuelle. À preuve, les différentes variantes de produits vendus par une seule et même marque sont mesurées différemment.

Merci.

• (1025)

M. Christopher Kyte: Je ne mange pas de croustilles; c'est mauvais pour ma ligne, voyez-vous.

En tant que consommateur, je ne peux qu'être d'accord avec vous. Il peut être très difficile de s'y retrouver. J'éprouve les mêmes difficultés, car je ne sais pas vraiment comment cela fonctionne. Vous devriez probablement poser la question à des intervenants de l'industrie des grignotines, parce qu'ils seraient mieux placés que moi pour vous éclairer. Mais le consommateur en moi vous répondra qu'il est extrêmement difficile de savoir si tel ou tel produit contient moins de sel qu'un autre, particulièrement dans la rangée des biscuits: certaines marques emploient des portions de quatre biscuits, d'autres de cinq et d'autres encore de dix. Ce n'est pas évident, j'en conviens.

M. Ken Boshcoff: Les exemples que j'ai donnés montrent bien que le même problème se pose avec les produits de charcuterie. Ce n'est pas réservé aux grignotines, à mon avis. C'est sans doute pareil pour les sacs de pois congelés ou les boîtes de maïs: chaque entreprise décide de la quantité qui servira de portion.

Serait-il plus utile de savoir ce que contient tout l'emballage, ou avons-nous décidé à un moment donné que la « portion » servirait de mesure? On peut parfois avoir une surprise quand on calcule ce que représente une portion. On pourrait dire, par exemple, que le verre de M. Steckle contient une portion de jus d'orange. C'est à se demander qui se contentera d'un huitième d'un verre de jus d'orange.

Les mesures ne sont tout simplement pas réalistes, alors ça nous ramène à la question de la publicité mensongère.

M. Christopher Kyte: Mon personnel s'est buté aux mêmes problèmes et nous tentons d'en discuter avec Santé Canada et les responsables de l'approbation des étiquettes à l'ACIA. Vous avez raison; on considère parfois qu'une portion complète équivaut à 250 ml, et parfois à 500 ml. C'est vrai, il faut se pencher là-dessus. Le consommateur a le droit d'être en mesure de faire des choix éclairés.

M. Ken Boshcoff: Vous dites qu'il faudrait se pencher sur la question, mais que croyez-vous que l'on pourrait faire concrètement?

M. Christopher Kyte: Je crois qu'il faudrait interpeller Santé Canada ou l'Agence canadienne d'inspection des aliments et leur demander de venir nous donner des explications quant à la façon de faire actuelle. Je crois que c'est par là qu'il faut commencer.

Le président: Merci.

Monsieur Preston.

M. Joe Preston (Elgin—Middlesex—London, PCC): Merci beaucoup. Je suis heureux d'être des vôtres aujourd'hui.

Comme je n'ai été présent que pour les discussions de ce matin et que je n'ai pas participé à toutes les étapes du processus de réflexion, je peux vous assurer qu'il s'agit d'une question qui sème la confusion chez les consommateurs. C'est certainement tout aussi déroutant pour les parlementaires et ceux qui auront à trancher à cet égard.

Monsieur Kyte, dans votre exposé initial, vous avez répété que bon nombre de consommateurs ne s'intéressent guère à notre sujet d'aujourd'hui. Ils remarquent beaucoup plus l'étiquette de prix, l'esthétique des étalages ou les détails de cette nature. Par contre, je vous dirais, et j'espère que M. Fruitman sera d'accord avec moi, que ceux qui s'en préoccupent s'en préoccupent beaucoup. Les consommateurs qui prennent le temps de lire les étiquettes veulent vraiment savoir de quel pays proviennent les produits et quels ingrédients les composent.

Vous l'aurez peut-être deviné, mais j'adore cuisiner et je fais toutes mes emplettes moi-même, ce que j'aime faire d'ailleurs. Dernièrement, j'essaie beaucoup plus de savoir d'où proviennent les produits que j'achète. Comme M. Boshcoff le disait, je remarque que toutes

les étiquettes sont différentes en ce qui a trait aux mesures, aux portions et aux types d'ingrédients. Il faut remédier à la situation et il est évident que nous devons examiner comment nous allons procéder.

L'autre problème, bien sûr, c'est que la mondialisation touche aussi les produits alimentaires que nous achetons. Nos importations proviennent de partout dans le monde et je crois que ce n'est pas près de changer. Les gens de mon âge vont sans doute se souvenir, comme moi, qu'autrefois les bananes pouvaient être considérées comme un luxe. Aujourd'hui, je peux facilement contenter mon petit côté gourmet en achetant à peu près n'importe quel ingrédient, parce que si ça pousse quelque part dans le monde, il est possible de le faire venir au Canada. Par contre, je veux savoir d'où ça provient. Je veux savoir s'il s'agit d'un produit transformé, qui l'a transformé et dans quel pays il a été transformé.

Comme tout le monde, je ne sais trop que faire des mentions « Fabriqué au Canada », « Aliment du Canada », « Produit du Canada » et « catégorie Canada », et je ne sais pas exactement ce qu'elles signifient. Je suis peut-être plus confus que jamais maintenant que je m'intéresse davantage à l'origine des produits que j'achète. Les catégories « Canada de choix » ou « catégorie Canada » poussent certainement les gens à croire que ce sont automatiquement des produits du Canada, mais ce n'est pas le cas.

Je ne suis pas d'accord avec vous, Monsieur Kyte. J'ai bien aimé les quelques exemples que vous avez donnés à propos du producteur qui, en bon Canadien responsable, veut acheter le plus de pommes possible au Canada. Mais je ne crois pas qu'il faille lui réserver un traitement de faveur en lui permettant d'apposer la mention « Fabriqué au Canada » sur ses produits, simplement parce qu'il n'a pas pu trouver assez de pommes au Canada et qu'il a dû compléter avec autre chose. Je crois qu'il est important pour les consommateurs de savoir ce que contiennent les produits qu'ils achètent. Vous avez raison, je crois qu'il faudra débattre du pourcentage requis pour les considérer comme des produits fabriqués au Canada.

Monsieur Fruitman, est-ce que vous pouvez m'en dire un peu plus du point de vue des consommateurs? Si j'ai à me tromper, j'espère que c'est à cet égard. Que recherchent les consommateurs? Je viens de mentionner quatre ou cinq façons différentes de dire qu'il s'agit d'un produit fabriqué au Canada, d'un aliment du Canada, ou d'un produit du Canada, peu importe la désignation. Comment pouvons-nous remédier à la situation selon vous?

• (1030)

M. Mel Fruitman: Je crois que c'est relativement facile de définir ce qu'est un produit du Canada, je l'ai dit souvent, tant et aussi longtemps qu'on sépare l'origine du contenu de la valeur économique pour le Canada. Les consommateurs veulent connaître l'origine du produit, il ne faut donc considérer que cet aspect, et non pas la valeur ajoutée ni le montant qui a été dépensé au Canada. Il s'agit maintenant de déterminer si le produit doit avoir été cultivé ou élevé en totalité au Canada pour mériter cette désignation.

La solution est simple, à mon avis, s'il s'agit d'un produit contenant un, deux ou trois ingrédients, et si on peut les isoler, on devrait pouvoir frôler les 100 p. 100. S'il s'agit d'un produit transformé qui peut comprendre de cinq à dix ingrédients, c'est plus compliqué. Ce sera visiblement beaucoup plus difficile d'arriver à près de 100 p. 100. Faudrait-il établir le pourcentage à 51 p. 100 ou à 71 p. 100? Je ne sais pas.

Comme je l'ai mentionné dans mon exposé initial, la même question s'est posée il y a 20 ans et nous n'avions alors pas trouvé de solution. C'est donc un problème qui perdure depuis longtemps.

M. Joe Preston: C'est vrai, mais de nos jours, la couverture médiatique est plus grande et les consommateurs sont mieux informés. Ceux-ci savent donc davantage ce qu'ils veulent et ils feront ce qu'il faut pour l'obtenir.

M. Steckle a indiqué qu'il pouvait être avantageux de dire qu'il s'agit d'un produit canadien. Les fabricants, emballeurs et fournisseurs qui se donnent du mal pour n'offrir que de bons produits canadiens devraient pouvoir les étiqueter comme tels. Cela inciterait sûrement les consommateurs, moi le premier, à se les procurer.

Je reconnais que c'est plus compliqué lorsqu'il s'agit d'un produit transformé. Une pizza congelée contient beaucoup d'ingrédients, mais les fabricants pourraient faire quelques démarches supplémentaires pour n'inclure que des produits faits au Canada dans leur préparation afin de pouvoir y apposer le sceau du Canada et affirmer que leurs pizzas sont faites à partir de produits canadiens. Je crois que tous les ingrédients que peut contenir une pizza congelée peuvent facilement se trouver au Canada. Alors, si c'est possible de le faire, pourquoi pas?

Avez-vous des commentaires à formuler, Monsieur Kyte?

•(1035)

M. Christopher Kyte: Je suis d'accord avec vous.

Le président: Merci, Monsieur Preston.

Que je sache, on ne cultive pas d'ananas ni d'olives au Canada. Nous avons déjà établi que l'on vendait des olives portant la mention « Produit du Canada », mais celles-ci ne sont pas cultivées au Canada.

Bon, passons. Monsieur St. Amand, nous vous écoutons.

M. Lloyd St. Amand: Merci beaucoup, monsieur le président. Je partagerai mon temps avec M. Steckle.

Monsieur Kyte et Monsieur Fruitman, je crois que l'on peut affirmer sans se tromper que les consommateurs canadiens préfèrent être mieux informés que mal informés. À mon avis, ils veulent en savoir davantage sur ce qu'ils consomment et connaître le contenu, les proportions et, effectivement, l'origine du produit.

Cela dit, on affirme aussi que les Canadiens veulent que l'étiquetage reste simple — vous l'avez vous-mêmes mentionné ce matin. Personnellement, je ne vois pas les choses du même oeil. Je crois que les consommateurs préfèrent en savoir trop que pas assez. M. Storseth a dit à la blague qu'il pensait amener son avocat avec lui à l'épicerie. Pourquoi est-ce que les étiquettes doivent être réduites à deux ou trois mots ou moins? Je ne suis pas persuadé que les Canadiens tiennent à ce que l'information soit simplifiée à ce point.

M. Christopher Kyte: Non, je crois qu'ils veulent être en mesure de faire des achats judicieux, alors je suis d'accord avec vous. À quel point ils ont besoin d'information? Ça, je ne le sais pas. Nous avons bien sûr entendu parler des portions et d'autres détails de ce genre. Le temps est probablement venu d'examiner comme il se doit l'information fournie sur les étiquettes. Encore là, je suis d'accord

avec vous pour dire qu'on ne peut pas simplifier l'information au point où elle ne sert plus à rien.

Par contre, si je reviens à cet entrepreneur qui fait la transformation de pommes, vous ne pouvez pas apposer une tête de mort sur ses produits simplement parce qu'un tiers de sa récolte provient de l'État de New York.

M. Mel Fruitman: Dans un monde idéal, les fabricants pourraient fournir des renseignements extrêmement précis et les consommateurs auraient le temps de tout lire. Toutefois, on se retrouverait sans doute avec des étiquettes longues comme le bras.

Si on pense au côté pratique des choses, on aimerait pouvoir faire nos emplettes de la semaine sans trop de complications. Il est donc évident que l'on veut pouvoir interpréter rapidement les informations sur les 40 ou 50 produits que l'on achète et éviter de se perdre dans la multitude d'étiquettes qui se trouvent sur les tablettes. Je crois que c'est un danger à prévenir lorsqu'on parle de fournir de l'information.

Nous voulons avoir des renseignements clairs et compréhensibles, et c'est d'ailleurs de cet aspect que l'on commence à parler. Sans entrer dans un débat sur l'alphabétisation et les problèmes semblables, il s'agit simplement de ne pas noyer les consommateurs dans une mer d'information.

M. Lloyd St. Amand: Je comprends, mais vous semblez présumer que le seul moment où un consommateur voudrait prendre la peine de lire l'étiquette, c'est au point de vente. Mais si on y pense bien, tous ces produits se retrouvent au domicile du consommateur. Celui-ci aura tout le loisir de lire les étiquettes à la maison et voudra peut-être changer ses habitudes d'achat à l'avenir.

Honnêtement, je ne vois pas de désavantage à obliger les fabricants à fournir des informations plus détaillées, plutôt que de tout comprimer dans un encadré qui peut se lire en une ou deux secondes seulement. J'ai l'impression que les gens seront curieux de savoir exactement ce qu'ils consomment et ils auront amplement le temps à la maison de lire chaque étiquette avec soin.

•(1040)

M. Mel Fruitman: J'aimerais que ce soit vrai, mais je ne suis malheureusement pas certain que ce soit le cas. Cela peut se faire plus inconsciemment. J'ai l'impression qu'on peut lire l'étiquette d'un produit sans trop s'en rendre compte quand on s'apprête à l'utiliser ou qu'on le tient dans nos mains. Je ne crois cependant pas que les gens soient très portés à s'asseoir pour lire toutes les étiquettes de la même façon qu'ils lisent leur boîte de céréales le matin. Nous n'avons tout simplement pas le temps. Nous savons tous que nous vivons à un rythme effréné de nos jours.

M. Paul Steckle: C'est merveilleux de pouvoir jouer sur les mots. Comment définissez-vous les termes « équivalent » et « égal »? On peut parler de normes équivalentes ou de normes égales — on se plaît parfois à brandir ces termes — on semble se rassurer en se disant que parce que l'on a des normes équivalentes, tout est égal. Est-ce que cela veut dire la même chose? Je ne crois pas, mais on confond bien souvent ces termes.

En terminant, j'aimerais que vous nous disiez quelle serait selon vous la plus importante recommandation que nous pourrions faire en tant que comité. Nous parlons de l'importance de l'honnêteté dans la publicité et de l'utilisation de termes comme « beurre » dans le maïs soufflé et « crème » dans la crème glacée, sans compter tous les autres cas de transgression des règles concernant la désignation des produits laitiers. Nous devons préserver la confiance du public, mais ce n'est pas ce que nous faisons en ce moment.

N'est-ce pas là une question plus importante encore que la clarté des informations sur les étiquettes?

M. Mel Fruitman: Vous avez abordé plusieurs points. Comme nous l'avons indiqué, nous voulons que l'information fournie soit exacte. Pour le moment, nous parlons de la désignation « Produit du Canada ». Nous n'avons aucunement l'intention de régir la fabrication des produits.

M. Paul Steckle: Le problème découle-t-il d'une mauvaise compréhension des étiquettes ou bien d'une mauvaise application des normes d'étiquetage? Est-ce l'application déficiente des normes qui pose le plus problème ou la mauvaise compréhension de nos étiquettes?

M. Mel Fruitman: Je crois que l'un ne va pas sans l'autre. D'un côté, la désignation « Produit du Canada » est mal utilisée et plus ou moins claire, parce qu'aucune définition explicite n'a été établie. Déjà là, on ne sait pas trop à quoi s'en tenir. D'un autre côté, on trouve sur les tablettes des produits qui portent cette mention de façon injustifiée. Il s'agit alors d'un problème d'application des normes. On constate ainsi qu'il y a des problèmes aux deux niveaux.

M. Paul Steckle: Monsieur Kyte, voulez-vous ajouter quelque chose?

M. Christopher Kyte: En règle générale, le système fonctionne bien. Les produits alimentaires sont sans danger; nous pouvons faire des choix éclairés. Par contre, certains secteurs requièrent des clarifications. C'est d'ailleurs ce que nous voulons examiner en ce qui a trait à la catégorie « Produit du Canada ». On veut favoriser l'essor du secteur manufacturier, mais aussi du secteur agricole. Il faut se demander quels sont les programmes ou les politiques qui nous permettraient d'y arriver.

Le système fonctionne bien. Toutefois, il y a quelques détails qui accrochent. Il faut notamment assurer la régulation des importations, car on doit veiller à ce que tout le monde suive les mêmes règles et aider les consommateurs à faire des choix judicieux.

Le président: Monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay (Abitibi—Témiscamingue, BQ): Merci, monsieur le président.

Je suis honoré de pouvoir vous rencontrer. Je me pose toujours la même question et je ne sais pas si on vous l'a déjà posée.

Je viens d'une région en partie agricole, juste au Nord, l'Abitibi-Témiscamingue. C'est surtout le Témiscamingue qui compte énormément de producteurs de produits régionaux, comme le miel, les fraises, les framboises, les bleuets et le cassis en conserve.

Les électeurs de ma circonscription me demandent pourquoi au Canada on peut encore mettre l'étiquette « Fabriqué au Canada » sur des haricots et des bleuets qui viennent de je ne sais où et sur du miel qui vient d'un peu partout. Je suis d'accord, dans le cas du miel, qu'il y a une réglementation spéciale.

Ils se disent que la mention « Produit du Canada » devrait s'appliquer à des produits d'ici à 100 p. 100 ou à plus de 75 p. 100.

Selon moi, ce devrait être à 100 p. 100. Pour ce qui est de l'étiquette « Fabriqué au Canada », je pense qu'elle peut s'appliquer à des produits venant d'un peu partout au monde, si c'est emballé ici et vendu sur le marché.

Lorsqu'on écrit « Produit du Canada » et que 50 p. 100 de ce produit vient de l'extérieur, il y a un problème. N'êtes-vous pas d'accord? Que dois-je répondre à mes producteurs régionaux? Que suggérez-vous?

• (1045)

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Je suis d'accord, et je crois qu'il s'agit là d'une des raisons pour lesquelles nous discutons aujourd'hui de ce que signifie la désignation « Produit du Canada ».

Cependant, certains pourraient vouloir produire des choses qui ne sont pas cultivées dans la région, entre deux saisons, par exemple, parce qu'au Canada, il n'est possible de produire que trois mois d'approvisionnement par année. Ils auraient ainsi la liberté d'aller chercher d'autres produits et à tout le moins pouvoir dire qu'ils ont été transformés dans leur usine.

Je suis aussi de cet avis, et c'est d'ailleurs pour cela que nous avons cette discussion. La désignation « Produit du Canada » doit être revue. Reste à savoir si le seuil devrait être établi à 50 p. 100, à 60 p. 100 ou à 100 p. 100.

[Français]

M. Marc Lemay: Je vous pose la question à tous les deux; ne me la posez pas. Ma réponse, c'est que 80 p. 100 du produit et plus devrait provenir du Canada. Vous, vous estimez que ça devrait être 42 p. 100, 44 p. 100, 48 p. 100 ou 51 p. 100? Vous contentez-vous de ce qui se passe? Que souhaitez-vous? Que ce soit le plus bas possible?

[Traduction]

M. Christopher Kyte: Non, je ne dirais pas ça. L'industrie se conforme depuis 20 ou 30 ans à un seuil de 51 p. 100. Si nous devons changer le seuil, il faut établir quelque chose de raisonnable et sensé. Nous devons aussi veiller à aider les entreprises des régions rurales et urbaines qui fabriquent de multiples produits, pas seulement des produits du Canada, parce que nous voulons favoriser la création d'emplois dans le secteur manufacturier au pays. Nous voulons créer des emplois dans le secteur agricole, mais aussi dans le secteur manufacturier. J'ignore si le seuil devrait être établi à 60 p. 100 ou à 100 p. 100. Je crains toutefois que 100 p. 100 soit un seuil un peu trop élevé.

Je crois qu'il faut aussi déterminer ce qu'est un produit du Canada. Si le produit est cultivé au Canada, est-ce qu'il faut soustraire les pesticides, les engrais, les semences ou les contenants importés?

[Français]

Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac: J'ai encore une question à poser.

Plus tôt, certains ont dit que cela pourrait alourdir l'étiquette ou qu'on n'a pas besoin de plus de choix. Selon moi, on n'a pas besoin de plus de choix, mais de choix plus clairs.

Il y a plusieurs années, les étiquettes n'indiquaient que ce qu'était le produit. Il n'y avait aucune autre information. Maintenant, sur une étiquette, on peut retrouver la teneur en calories, la teneur en calcium, la présence de gras trans et la liste détaillée des ingrédients. Maintenant, les consommateurs sont très avertis et lisent les étiquettes afin de faire des choix santé. On voit la différence entre les choix santé que les personnes font lors de leurs achats et ceux qu'ils font au restaurant, où cette mention n'est pas obligatoire. Les restaurants font souvent la promotion de repas dont la teneur en calories est faible, mais ne donnent pas de détails sur les autres repas qui peuvent être très riches.

Le consommateur a tout à gagner dans une réglementation sur des étiquettes et des informations claires. Cela lui permet de faire des choix éclairés. Lorsqu'il y a une étiquette claire qui indique le contenu en détail, le consommateur peut faire des choix santé.

Si les étiquettes étaient très détaillées et qu'elles présentaient des informations importantes, cela donnerait la possibilité au consommateur de faire des choix pour conserver des emplois dans son milieu et encourager l'agriculture et les transformateurs d'ici.

Êtes-vous d'accord sur cette affirmation?

[Traduction]

M. Christopher Kyte: J'en conviens, mais j'aimerais tout de même soulever quelques points.

La société est de plus en plus exigeante, et nous changeons les règles pour répondre aux besoins des gens. De nos jours, on peut demander dans les restaurants si certains plats contiennent du fromage, ou préciser qu'on est allergique à telle ou telle chose; on peut maintenant vous dire quels ingrédients se trouvent dans les mets qu'on vous sert, ce qui n'était pas le cas quand j'étais enfant. Il y a un moyen de savoir si les aliments sont faibles en calories, combien ils contiennent de grammes de lipides, etc. Beaucoup de restaurants aujourd'hui le font pour se plier aux exigences de la société. On ne veut toutefois pas être bombardés d'information. Il faut trouver le

juste équilibre, parce que je crois que M. Fruitman a raison, les gens ne passeront pas énormément de temps à vérifier l'information fournie. Ils veulent avoir réponse à leurs questions rapidement.

Vous avez également mentionné que 40 p. 100 des aliments sont consommés en dehors de la maison, dans les restaurants. Cela complique encore plus la situation. Combien d'entre nous prendront la peine de demander si on nous sert des produits canadiens? Nous ne le faisons pas, mais je crois que vous avez raison, nous devrions pouvoir faire des choix éclairés. Alors, on pourrait demander aux restaurateurs d'où provient le porc qu'on nous sert, par exemple. Vous nous dites ici que lorsque j'achète du porc à l'épicerie, je devrais pouvoir savoir d'où il provient.

• (1050)

Le président: Merci beaucoup. Je crois que nous avons fait le tour.

Merci à nos experts d'être venus témoigner aujourd'hui. Votre témoignage nous aidera à façonner notre rapport et à formuler des recommandations à la Chambre, puis aux deux ministres responsables de l'étiquetage des aliments, en ce qui a trait aux prochaines étapes par rapport à la désignation « Produit du Canada ».

Tout le monde semble s'entendre sur la nécessité d'un changement. Je comprends qu'on veuille garder les choses simples et compréhensibles et qu'il faille éviter de semer davantage la confusion chez les consommateurs. Les gens s'attendent à ce que les produits désignés comme « Produit du Canada » le soient vraiment. Nous devons trouver le juste équilibre, et c'est ce que nous tâcherons de faire dans le cadre de cette étude.

Merci beaucoup.

Sur ce, je suis prêt à recevoir une motion d'ajournement.

M. Paul Steckle: J'en fais la proposition.

Le président: 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 site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :
Also available on the Parliament of Canada Web Site 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.