



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

AGRI • NUMÉRO 031 • 2^e SESSION • 39^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 6 mai 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 mardi 6 mai 2008

•(0905)

[Traduction]

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

Nous poursuivons notre étude de la mention « Produit du Canada ».

Je tiens à souhaiter la bienvenue aujourd'hui au témoin de Cloverleaf Grocery Ltd., Mark Loney. Je vous remercie vivement de vous joindre à nous, Mark.

De plus, nous entendrons, de Gowling Lafleur Henderson, Ronald Doering.

Également, du Conseil canadien des distributeurs en alimentation, nous accueillons Jeanne Cruikshank et Bernard Leblanc. Soyez tous deux les bienvenus.

Je vous demanderais de bien vouloir vous en tenir à la limite de dix minutes pour faire votre déclaration liminaire, de manière à ce que nous ayons plus de temps pour poser des questions et entendre vos réponses.

Cela étant dit, je vous cède la parole, monsieur Loney.

M. Mark Loney (directeur et propriétaire, Cloverleaf Grocery Ltd.): Nous attendons encore que Doug revienne.

Le président: Si vous préférez attendre, nous allons passer à M. Doering.

Vous pouvez donner le coup d'envoi.

M. Ronald Doering (partenaire associé, Gowling Lafleur Henderson LLP): Je suis ici aujourd'hui en mon nom personnel à l'invitation du greffier, de sorte que je ne représente personne. Je présume que j'ai été invité, en partie, parce que j'exerce surtout en droit spécialisé en agriculture et en agroalimentaire. J'écris beaucoup sur des questions relatives au droit en matière d'aliments et je suis un ex-président de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

Jean-Denis m'a rappelé ce matin, avant le début de la séance, qu'il travaillait déjà ici quand a été établie l'Agence canadienne d'inspection des aliments, en 1995-1996. Il se rappelle que j'avais alors des problèmes de dos. J'en ai toujours, Jean-Denis.

Les seules autres personnes qui étaient ici au moment où a été créée l'agence — j'étais le seul témoin du gouvernement — étaient M. Easter et, je crois, M. Steckle. Je crois que vous faisiez déjà partie du comité alors. Donc, nous revoici, 12 ans plus tard, dans la même salle pour discuter de questions connexes relevant de l'Agence d'inspection des aliments.

Dans ma déclaration, je vais souligner trois points. Ils seront peut-être différents de ceux dont vous parleront mes collègues ou de ce que vous avez déjà entendu.

À mon avis, la question n'est pas très compliquée. Elle est largement débattue et constamment décrite comme étant une

question compliquée. À mon avis, c'est faux. Il existe des solutions plutôt simples. Voilà pour mon premier point.

Ensuite, je vais vous exhorter à ne pas recommander de solutions qui exigent de modifier le règlement. Ce serait une erreur. Durant ma déclaration, plutôt que de vous parler du droit concernant les aliments et drogues, des exigences législatives concernant le conditionnement, l'emballage et l'étiquetage, je vais vous parler d'une autre loi qui ne retient pas suffisamment l'attention sur la Colline. Je parle de la loi des effets pervers. Il me semble qu'un changement au règlement dans ce domaine aurait des effets pervers graves qui nuiraient à l'industrie et aux consommateurs canadiens.

Mon troisième point concerne toute cette question de la mention « Cultivé au Canada », d'utiliser une autre expression. Que je sache, il n'y a absolument rien qui vous empêche de le faire tout de suite. Faites-le, et qu'on en finisse. En fait, il est remarquable que cela n'ait pas déjà été fait.

Je m'explique.

La question n'est pas compliquée. Bien que le problème existe depuis un bon bout de temps déjà et en dépit des préoccupations de la Fédération canadienne de l'agriculture, entre autres, soit d'aider les producteurs canadiens et tout le reste, comme vous l'a dit l'Agence d'inspection des aliments, on reçoit très peu de plaintes à ce sujet. Si l'on relit la transcription de vos délibérations, on constate qu'il en est très peu question. Bien sûr, il y a toujours l'exemple célèbre du pot d'ail et d'autres qu'on se plaît à citer. Cependant, bien souvent, le problème de l'étiquetage n'est pas vraiment lié à la mention du « Produit du Canada ».

Si le critère de 51 p. 100 établi par Industrie Canada il y a tant d'années — alors qu'il ne s'intéressait pas particulièrement aux aliments — pose problème, alors, tout ce que vous avez à faire, c'est de le changer. Cela pourrait se faire tout de suite. Il n'est pas nécessaire de changer le règlement. L'Agence d'inspection des aliments est en train d'étudier cette possibilité à la demande du premier ministre. Si ce que l'on souhaite, c'est de relever le critère, sans aller jusqu'à le fixer à 100 p. 100, alors on pourrait le faire immédiatement. On pourrait le faire dès la semaine qui suit le dépôt de votre rapport. Il s'agit simplement d'une instruction, d'une décision. L'Agence d'inspection des aliments modifie constamment le guide relatif à l'étiquetage des aliments. Elle peut le faire immédiatement.

Bien qu'il soit très important de comprendre qu'on pourrait le faire rapidement, la mesure devrait demeurer volontaire, plutôt qu'exécutoire. Il ne faudrait pas oublier que, dans un grand supermarché typique, il y a des dizaines de milliers de numéros d'article. En fait, Jeanne, vous le savez peut-être : y en a-t-il 40 000 ou 50 000?

Mme Jeanne Cruikshank (vice-présidente, Bureau de l'Atlantique, Conseil canadien des distributeurs en alimentation): Probablement plus de 35 000.

• (0910)

M. Ronald Doering: Je me rappelle que j'avais l'habitude de dire qu'il y en avait entre 30 000 et 40 000, de sorte qu'effectivement, il y en a à peu près 35 000. Quatre-vingt-dix-neuf virgule neuf pour cent de ces articles sont bien étiquetés en ce qui concerne la mention « Produit du Canada », et je vous demanderais de ne pas l'oublier dans le cadre de ce débat.

Mon deuxième point, c'est que nous pouvons facilement modifier votre recommandation en vue d'aider l'Agence d'inspection des aliments à le faire. Nous pouvons facilement changer la règle de 51 p. 100 en relevant le taux jusqu'à 80 ou 90 p.100. C'est possible. On pourrait le faire rapidement, et ce n'est pas compliqué. Toutefois, il ne conviendrait pas de fixer la barre à 100 p. 100; vous avez déjà reçu des mémoires expliquant la raison pour laquelle ce ne serait pas une bonne idée.

Vous vous demandez peut-être pourquoi j'affirme que ce n'est pas une bonne idée de modifier le règlement. Heureusement, il est relativement facile d'apporter des changements à cet égard parce que le règlement n'est pas désuet. L'Agence d'inspection des aliments apporte constamment des changements au guide relatif à l'étiquetage des aliments. Le paragraphe 5(1) n'a pas besoin d'être modifié. Il est déjà là et il prévoit déjà que l'acte visant à induire les consommateurs en erreur est une infraction criminelle.

Ne touchez ni à la loi, ni au règlement. Vous pouvez facilement avoir un influence majeure sur la question du « Produit du Canada », si vous le désirez, en remaniant les lignes directrices en matière d'étiquetage des aliments et en les maintenant comme des normes volontaires, plutôt qu'en les intégrant au règlement.

Le régime canadien de réglementation des aliments est très vaste. Il existe une dizaine de lois fédérales, et chacune d'entre elles regroupe une vingtaine ou une trentaine de règlements. J'ai tous les textes de réglementation des aliments au Canada sur mon pupitre. Croyez-moi : la pile est imposante. Il existe littéralement des centaines et des centaines de pages de réglementation concernant l'industrie de l'alimentation. Si vous commencez à modifier un de ces règlements, il faudra apporter des changements ailleurs, et vous n'en finirez plus. La procédure rigide de modification des règlements du Canada exige des années de patience et de travail. Il faut soumettre le projet au gouvernement deux fois, une fois pour le REIR et une autre fois pour la publication dans la Gazette, simplement pour apporter de légers changements. C'est ce régime sclérosé de réglementation des aliments qui mine l'innovation et l'investissement dans l'industrie de l'alimentation, et il en sache assurément la compétitivité.

Ce dont j'aimerais vous convaincre aujourd'hui et mon deuxième point, c'est de ne pas vous lancer dans ce trou noir qu'est la réglementation des aliments au Canada, de faire votre contribution en recommandant de simples changements aux lignes directrices. Je vous le dis parce que j'ai l'impression, comme je le disais tout à l'heure, que le plus important problème, la loi dont on devrait se préoccuper davantage sur la Colline, est la loi des effets pervers.

Si vous commencez à changer une partie du règlement, parce que tous les produits alimentaires sont différents — et il existe littéralement des douzaines de pages au sujet des seuls produits carnés, comme vous l'a dit le conseil des viandes... L'effet pervers des dispositions américaines d'étiquetage relativement au pays d'origine, c'est qu'elles comportent des lacunes fondamentales au départ. Elles sont tout à fait inapplicables et elles nuiront tant aux

Canadiens qu'aux Américains. Nous savons ce qui arriverait, par exemple, aux porcelets sevrés.

J'ai remarqué, quand j'ai jeté un coup d'oeil sur les témoignages entendus, qu'il règne une grande confusion au sujet des normes de qualité. Je vous prie instamment de ne pas toucher à cette question. Il est question de modifier le règlement sur les produits et les normes de qualité depuis quinze ou vingt ans, monsieur Easter. Ce n'est toujours pas fait, et il y a une raison à cela. C'est si compliqué et si détaillé que, si l'on s'aventure dans ce labyrinthe, on risque de ne jamais en ressortir.

Il serait souhaitable de conserver des mentions comme « Canada de choix », même si ce n'est pas un « Produit du Canada », en ce sens que le fruit ne l'est pas. Il me semble qu'il y a une énorme différence entre les poires produites, conditionnées et mises en conserve en Chine, puis expédiées ici à bord d'un gros bateau, et celles que le transformateur canadien qui tire le diable par la queue achète de la Chine, pour ensuite les transformer lui-même, qui emploie des Canadiens pour les mettre en conserve, les étiqueter et les vendre. Nous devrions être capables de faire la distinction entre les deux.

Dans le cas du produit canadien, nous savons que la mention «Canada de choix » s'accompagne de règles très strictes. Nous aurions bien de la difficulté à appliquer ce genre d'exigences à des produits importés.

Pour conclure le deuxième point, il importe de se rendre compte que, bien que la solution à ce problème ne soit pas compliquée, vous pouvez vous retrouver dans une position très fâcheuse si vous commencez à remanier le régime de réglementation.

Je vous en donne un exemple qui concerne le jus. Une importante entreprise canadienne de production de jus qui a survécu et s'en est bien sortie a utilisé la mention « Produit du Canada » sur tout produit dont les ingrédients étaient d'origine canadienne à 80 p. 100. Toute la transformation, la production et le conditionnement se faisaient au Canada. C'est là la norme qu'elle a décidé de respecter. Si elle n'utilise pas 80 p. 100 d'ingrédients canadiens, elle met sur son produit la mention « Transformé au Canada ». La mention désigne un produit pour lequel toute la transformation, la production et le conditionnement se font au Canada.

Il me semble que ce serait là une façon tout à fait convenable de protéger le consommateur canadien. La dernière chose souhaitée, cependant, est de préciser le pays d'origine pour ce genre de produit. On ne peut pas se procurer du jus de pommes uniquement au Canada à longueur d'année, et de nombreux jus contiennent de multiples ingrédients.

Mon dernier point concerne la désignation « Cultivé au Canada ». Je trouve remarquable que les agriculteurs canadiens continuent de chercher à obtenir du financement d'Agriculture Canada pour la mettre en place. Pourquoi ne le font-ils tout simplement pas? Un programme volontaire de mention « Cultivé au Canada » financé par les producteurs peut se faire dès maintenant. Il n'est pas nécessaire de le faire par voie de réglementation. Pour ma part, j'estime remarquable que nous n'ayons pas utilisé comme tremplin les excellents programmes qu'ont mis en place de nombreuses provinces.

Donc, monsieur Bezan, le problème n'est pas compliqué, en réalité. La solution est facile: il faut relever le critère de 51 p. 100 et encourager les producteurs, qui sont impatients d'utiliser la mention « Cultivé au Canada ». Si quelqu'un tente d'induire le consommateur en erreur, on peut toujours recourir au paragraphe 5(1). Il est étonnant que cela n'ait pas déjà été fait.

Je vous remercie.

Le président: C'est moi qui vous remercie. Vous nous donnez là un point de vue tout à fait différent, ce dont nous vous sommes reconnaissants.

Monsieur Loney, êtes-vous prêt?

M. Mark Loney: On est en train de refaire la feuille, je crois.

Le président: Madame Cruikshank.

Mme Jeanne Cruikshank: Merci, monsieur le président. C'est moi qui vais faire la déclaration. J'ai cru bon de me faire accompagner ce matin par M. Leblanc, notre spécialiste de l'étiquetage, car son expertise pourrait nous être utile quand viendra la période de questions.

Monsieur le président et mesdames et messieurs du comité, je vous remercie. C'est avec plaisir que je suis venue aujourd'hui présenter quelques réflexions au Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire.

Je m'appelle Jeanne Cruikshank et je suis vice-présidente du Conseil canadien des distributeurs en alimentation. Nous représentons des petits, moyens et gros distributeurs en alimentation tant du côté des détaillants que du côté des services alimentaires. Nos membres contribuent chaque année à l'économie canadienne 72 milliards de dollars, dans le secteur de la vente au détail, et 12 milliards, dans celui des services alimentaires. Ils ont pour clientèle des chaînes que vous connaissez sans doute, comme Loblaws, Métro, Sobeys et Safeway, ainsi que certaines plus petites entreprises comme Thrifty Foods et Co-op Atlantic. Vous connaissez probablement aussi les marques maison de certains de nos membres, comme Compliments, le Choix du Président, Sans nom, Master's Choice et Safeway Select.

Nous représentons plus de 428 000 employés et 24 000 magasins répartis partout au Canada. Nos membres sont responsables d'environ 85 p. 100 des produits d'épicerie distribués au Canada dans ces 24 000 magasins, ainsi que dans les hôpitaux, restaurants, organismes et établissements de soins de longue durée. Chacun de ces produits passe par un réseau de distribution ou de vente au détail. La mission du conseil est de renforcer et de promouvoir le bien-être économique de ses membres afin de les aider à offrir le meilleur rapport qualité-prix à ses clients et aux consommateurs.

Notre rôle est d'agir comme point de contact entre nos membres et les consommateurs. Nous prenons très au sérieux notre responsabilité, qui est de fournir aux consommateurs de l'information leur permettant de prendre des décisions éclairées concernant les produits qu'ils achètent. Permettez-moi d'être claire: selon nos membres, la question du « Produit du Canada » n'a rien à voir avec la sécurité alimentaire, et tout à voir avec le pays d'origine du produit. Nous reconnaissons que les consommateurs du marché hautement concurrentiel de la vente d'aliments sont très bien informés. Voilà pourquoi les produits vendus par nos membres sont étiquetés conformément à la politique du Bureau de la concurrence sur les produits fabriqués au Canada. Lorsque les membres du conseil décident de promouvoir des produits portant l'étiquette « Fabriqué au Canada » ou « Produit du Canada », ils choisissent des produits qui répondent aux exigences du Bureau.

Il y a toujours une meilleure façon de faire les choses. L'industrie alimentaire est un secteur en constante évolution, et nous reconnaissons qu'il peut toujours y avoir une meilleure façon de faire les choses. Nous devons examiner différents scénarios permettant d'identifier les produits à 100 p. 100 canadiens, d'une part, et ceux qui sont faits au Canada à partir d'ingrédients à la fois canadiens et importés, d'autre part. Dans cette optique, le conseil propose de considérer l'adoption d'un système à deux niveaux

semblable à la proposition de la Fédération canadienne de l'agriculture concernant l'étiquetage « Cultivé au Canada ». Selon ce système, les produits à 100 p. 100 canadiens porteraient une mention ou un logo spécial, et les produits fabriqués au Canada avec des ingrédients à la fois canadiens et importés porteraient une étiquette différente. Un tel régime nous donnerait la souplesse nécessaire pour répondre aux réalités économiques mondiales de notre industrie, dont le fait que les ingrédients proviennent de différents pays.

Il faudra également accorder une attention spéciale aux produits qui sont fabriqués au Canada à partir d'ingrédients à la fois canadiens et importés, lorsque ces produits ne respectent pas le critère de 51 p. 100 de valeur ajoutée et ne peuvent donc pas porter la mention « Fabriqué au Canada ». Les produits destinés à l'exportation qui ne répondent pas aux critères leur permettant de porter la mention « Produit du Canada » sont tout de même tenus — par le pays importateur — de préciser le pays d'origine. Les directives actuelles concernant la mention « Fabriqué au Canada » n'abordent pas cette situation. Voilà une autre raison pour laquelle il convient de revoir les directives sur les produits fabriqués au Canada, afin de répondre à la réalité des marchés contemporains.

Pour ce qui est d'un partenariat avec le gouvernement, le conseil participerait volontiers à l'élaboration de nouvelles mentions pour les produits à 100 p. 100 canadiens (sans ingrédients importés) et les produits fabriqués au Canada avec des ingrédients canadiens et importés. Ces nouvelles mentions apporteront de la clarté aux consommateurs et à l'industrie et devront s'appliquer à la fois aux produits importés et aux produits exportés.

Nous demandons instamment que la mise en oeuvre de toute nouvelle directive ou mention concernant l'identification des produits fabriqués au Canada soit précédée d'enquêtes auprès des consommateurs afin de savoir comment ils l'interpréteraient. Une fois les nouvelles directives et mentions établies, nous recommandons que le gouvernement lance une campagne de sensibilisation des consommateurs. La campagne serait menée conjointement avec l'industrie et pourrait ressembler à la récente campagne de publicité télévisée sur l'étiquetage des aliments. En fait, il se peut qu'une partie de la discussion actuelle entourant les directives relatives à la mention « Fabriqué au Canada » soit liée au fait que ces directives n'ont pas été accompagnées d'une campagne de sensibilisation visant à mieux expliquer leur raison-d'être, leur objectif et leurs critères.

• (0915)

Les possibilités et les défis. Un des défis que l'on devrait aborder concerne le fait que les déclarations et conditions actuellement élaborées en vue d'identifier les produits fabriqués ou transformés au Canada devront prendre en compte les politiques relatives au pays d'origine des produits alimentaires importés au Canada. Il est essentiel que les règles soient les mêmes pour tous et que les produits préemballés importés au Canada répondent aux mêmes critères que les produits fabriqués au Canada. Par exemple, utiliser des étiquettes qui déclarent qu'un produit est « fabriqué au pays X » alors que 90 p. 100 du produit provient du pays Y serait induire les consommateurs canadiens en erreur. Les conditions doivent être les mêmes pour tous. En d'autres termes, les déclarations sur le pays d'origine qui sont élaborées pour le marché canadien doivent être compatibles avec celles de nos partenaires commerciaux afin d'éviter le besoin d'apposer de nouvelles étiquettes sur les produits importés.

La discussion du comité permanent offre une occasion d'établir un forum en vue de modifier et de revoir la réglementation et les directives en matière d'étiquetage « Fabriqué au Canada ». Ce forum, une consultation avec tous les intervenants, serait l'occasion d'établir, de définir et de communiquer de nouvelles directives aux paramètres clairs pour les consommateurs et l'industrie.

Pour que cette révision réussisse, il faudra accorder à l'industrie une période de transition suffisante pour lui permettre de se conformer aux nouvelles directives sur l'étiquetage « Fabriqué au Canada » et, de la sorte, de réduire au minimum les coûts de réétiquetage des produits.

Pour conclure, au nom des membres du conseil, j'encourage vivement les membres du comité permanent à établir un forum de dialogue franc et exhaustif avec les intervenants appropriés, dont plusieurs se sont déjà adressés à vous. Les membres du conseil offrent leur savoir-faire spécialisé dans l'espoir de rendre ce processus aussi rapide et efficace que possible et d'atteindre les objectifs respectifs de chacun.

Je vous remercie.

• (0920)

Le président: Je vous remercie.

Monsieur Loney.

M. Mark Loney: Bonjour.

Je vous remercie de prendre le temps, dans votre horaire chargé, de m'inclure dans votre étude. Je m'appelle Mark Loney et je suis accompagné de ma fille, Rosalie.

Notre famille est propriétaire d'une épicerie indépendante dans le Nord-Ouest de l'Ontario. Depuis 15 ans, pour suppléer au commerce d'épicerie de détail, nous exportons des produits alimentaires, surtout des confitures canadiennes, aux États-Unis. Au retour, nous rapportons au Canada des produits des États-Unis pour les vendre dans nos magasins. Voici justement le produit dont je vous parle.

La mention «Produit du Canada » est le principal argument de vente des confitures que nous vendons aux États-Unis. Les consommateurs américains ont l'impression que les confitures canadiennes sont de loin supérieures aux confitures américaines. Vers le début de 2007, nous avons appris la triste nouvelle que la marque que nous utilisions pour vendre le produit, Malkin's, était discontinuée parce que l'usine fermait. Nous avons été atterrés, parce que ce produit représentait une part importante de notre commerce. Après certaines discussions, nous avons décidé d'essayer de conserver ce commerce en produisant nous-mêmes notre marque de confitures. Nous avons choisi comme fournisseur Last Mountain Berry Farms, du Sud-Est de la Saskatchewan, une petite entreprise familiale de taille analogue à la nôtre. Nous avons décidé d'essayer de concevoir une seule étiquette qui vaudrait autant pour le marché américain que pour le marché canadien. C'était important, parce que cela nous faisait économiser des milliers de dollars de coûts sur le plan de l'étiquetage, de la logistique, de l'entreposage et ainsi de suite.

Nous avons été encouragés dans notre entreprise par la U.S. Food and Drug Administration, c'est-à-dire la FDA. Tout son système était conçu en fonction de la petite entreprise. Elle a fait ce qu'elle a pu pour rapprocher le plus possible notre étiquette américaine de celle qu'exige le règlement canadien. Nous avons été impressionnés par la rapidité et l'efficacité avec laquelle nous avons pu mettre notre produit en vente à l'étranger. Notre produit est en vente là-bas depuis dix mois. Je ne peux pas, par contre, en dire autant des autorités canadiennes.

Vous avez maintenant en main, je crois, notre documentation. J'aimerais que vous l'examiniez bien parce que vous serez étonnés de voir à quel point l'étiquette canadienne se rapproche de l'étiquette américaine. Le fait est surtout attribuable aux efforts déployés par la FDA, non pas à l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Vous verrez que l'étiquette respecte non seulement les exigences linguistiques en français, mais également les exigences sur le plan des mesures métriques et impériales. La réglementation de part et d'autre de la frontière est vague et sujette à interprétation. La U.S. FDA a utilisé cette interprétation à notre avantage. Tant que les renseignements pertinents se trouvent sur l'étiquette et qu'ils sont lisibles et exacts, elle est satisfaite.

Ce n'est toutefois pas ainsi que fonctionne l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Les aliments importés au Canada ne passent pas par un processus d'enregistrement. Nous avons cru, avec beaucoup de naïveté, que ce serait le cas pour la confiture. À notre grand étonnement, ce n'était pas le cas. L'Agence d'inspection des aliments présume que le produit étranger est conforme, et il peut être vendu le jour même qu'il entre au pays. Le produit canadien, comme nos confitures, est réputé non conforme et ne peut être vendu si l'étiquette n'a pas été enregistrée.

M. Larry Miller (Bruce—Grey—Owen Sound, PCC): Monsieur le président, j'aimerais simplement obtenir une précision.

Monsieur Loney, concernant le feuillet que vous avez distribué, vous avez dit qu'il y avait une étiquette américaine et une étiquette canadienne, et ce que je vois me semble être la même chose.

M. Mark Loney: Elles sont pareilles, mais si vous regardez bien, on indique « 20 grammes » sur le tableau de la valeur nutritive, et les caractères sont plus gros aussi, mais l'ACIA ne me permet pas de vendre ce produit au Canada. Je ne peux pas enregistrer cette étiquette, et cela me coûte des dizaines de milliers de dollars, un coût difficile à absorber pour une petite entreprise. Un des produits est enregistré. Vous aurez peut-être de la difficulté à dire lequel des deux, mais l'un est enregistré au Canada et l'autre est conforme pour la vente aux États-Unis.

Nous avons été avertis que le processus d'enregistrement serait long et compliqué. C'était trop vrai dans notre cas. Nous faisons notre entrée dans le monde de l'ACIA, où des règlements vagues se transforment, à notre avis, en cibles mobiles. J'ai un feuillet aussi qui explique différentes interprétations que l'agence a données du même règlement.

Le temps de réponse de l'ACIA est très long, puisqu'on utilise encore le courrier traditionnel. Chaque version de notre étiquette devait être soumise sur papier chaque fois. On nous informait de son approbation ou de son rejet seulement par retour des documents, qui indiquaient vaguement quelles corrections devaient être apportées. Les communications verbales n'étaient pas les bienvenues, et la situation a été aggravée par un temps de réponse de plus de 40 jours pour le retour du courrier — encore une fois, un contraste saisissant par rapport à l'efficacité et à la rapidité du système de la FDA.

Voici l'étiquette en question. J'ai voulu prendre l'étiquette d'un produit Kraft et m'en inspirer, en croyant qu'elle devait être conforme. L'ACIA a rejeté ma décision d'inclure les équivalents américains sur l'étiquette et a insisté pour que j'aie deux versions différentes de mon propre produit. Cela m'a obligé également à soumettre l'étiquette de nombreuses fois.

Voici l'étiquette Kraft. J'ai présumé qu'elle était conforme. Nous l'avons utilisée comme référence pour produire notre propre étiquette. Lorsque les documents sont revenus plus de 40 jours plus tard, nous avons découvert que notre étiquette n'était pas conforme parce que le « T » de l'abréviation « *tbsp* » était en majuscule. Si vous regardez de près cette étiquette, vous verrez ce dont je parle.

Or, l'étiquette de la confiture Kraft présente la même graphie. J'étais furieux et j'ai envoyé un courriel pour savoir si Kraft s'était soumis aux mêmes règles d'enregistrement que moi. J'ai été surpris d'apprendre que je devais suivre le protocole d'accès à l'information et que ces renseignements ne me seraient pas accessibles. L'étiquette Kraft est-elle enregistrée? J'aimerais bien le savoir, parce qu'elle comporte des erreurs.

J'ai commencé ensuite à regarder les produits à l'épicerie et j'ai trouvé une multitude d'étiquettes non conformes. J'ai apporté quelques-uns de ces produits; j'en ai beaucoup ici, mais j'en ai bien d'autres. Beaucoup sont des produits de grandes multinationales — Unilever, Kraft, Cadbury Schweppes — qui devraient connaître ces choses; ou bien elles sont passées à travers les mailles du filet, ou bien elles n'ont même pas pris la peine de se conformer aux exigences.

Les problèmes de non-conformité sont encore plus importants chez les produits importés qui ne sont pas soumis au processus d'enregistrement et qui semblent ne faire l'objet d'aucun examen, ce qui pose un problème de sécurité alimentaire. Il y a une entreprise en particulier qui serait l'un des plus grands importateurs de confiserie, selon la banque de données sur les importateurs canadiens d'Industrie Canada — je crois que vous trouverez un document à ce sujet également. À mon avis, cela montre que le système d'ACIA est inefficace et inéquitable par rapport aux produits canadiens comme le nôtre.

Je reconnais que j'ai eu tort de ne pas savoir dans quoi je m'embarquais, mais je crois que c'est là le lot des petites entreprises. Nous devons tout savoir. Pendant ce temps, une grande entreprise comme Kraft a un expert, voire un service complet à sa disposition. Le système actuel leurre les petites entreprises, les producteurs locaux et les entrepreneurs qui n'ont pas accès aux ressources et à l'expertise des multinationales comme Kraft. J'aurais pu amener une foule de produits locaux qui ne sont pas conformes. Je sais que certaines entreprises ne sont pas au courant de ces choses, et d'autres ne peuvent se permettre d'investir les milliers de dollars que représentent les coûts de conformité.

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante a récemment mené un sondage auprès de ses membres. Ses principales conclusions étaient que, en moyenne, une entreprise agroalimentaire consacre 29 jours et 19 000 \$ par année à se conformer aux règlements de l'ACIA. Seulement une entreprise sur cinq croit que l'ACIA fournit, dans l'ensemble, de bons services. L'ACIA pourrait améliorer sensiblement ses communications avec les petites entreprises, en particulier avec moi. Par ailleurs, la complexité et les coûts de conformité augmentent.

Pour terminer, peu importe la décision que vous prendrez à l'égard de la mention « Produits du Canada », l'ACIA doit être plus proactive, conciliante et indulgente envers les petites entreprises afin de les aider à mettre leurs produits sur le marché. Compte tenu de la complexité des règlements — vous avez dit, je crois, que la pile est haute et je pense les avoir presque tous lus — il est illogique que l'ACIA traite les petites entreprises de la même façon que les grandes sociétés. À 19 000 \$, les coûts de conformité sont minimes pour une entreprise comme Kraft, mais ils sont énormes pour le vrai

producteur d'un « Produit du Canada », les produits alimentaires locaux qui sont créés, distribués et vendus par des Canadiens des petites localités rurales. Comme le montre mon histoire et compte tenu de ce que fait la FDA aux États-Unis, je crois que l'ACIA peut faire de même à moindre coût, tout en augmentant la sécurité alimentaire.

J'ai un défi à vous lancer. La bataille que nous avons menée au cours de l'année, comme en fait foi cette étiquette, vise à harmoniser les étiquettes américaines et canadiennes. C'est important pour nous, parce que notre petite entreprise pourrait ainsi économiser des centaines de milliers de dollars lorsqu'on ne parlera plus de ces « 20 grammes ». L'uniformisation sur une plus grande échelle ferait économiser aux Canadiens des centaines de millions de dollars.

• (0925)

Les médias nous disent presque tous les jours que les Canadiens paient davantage que les Américains pour s'acheter des voitures et des appareils électroniques, ce genre de choses. Parfois, comme dans le cas des engrais, les Canadiens paient deux fois plus cher que les Américains.

Les écarts de prix sont énormes dans le réseau des épicerie indépendantes. Le prix du ketchup Heinz est presque deux fois plus élevé au Canada qu'aux États-Unis. Comme dans le cas des engrais, ce n'est pas le coût, mais ce que le marché va supporter. Le fait d'avoir des règlements même légèrement différents entraîne une ségrégation des prix sur les marchés américain et canadien.

Les écarts de prix peuvent être prouvés. Nous avons récemment fait la manchette à l'échelle nationale parce qu'un de nos concurrents, Wal-Mart, a menacé de nous poursuivre pour concurrence déloyale pour avoir importé des produits des États-Unis. Le Bureau de la concurrence explique cette différence en utilisant des économies d'échelle. Cela fonctionnerait, mais où donc est fabriquée cette bouteille de ketchup Heinz? Est-ce que quelqu'un en a la moindre idée? Le produit est vendu aux États-Unis, pour la moitié du prix, et il est fabriqué au Canada: « Produit du Canada ».

L'uniformisation des étiquettes mettrait fin à cette ségrégation des prix, puisqu'elle ouvrirait pleinement le marché aux petites entreprises comme la nôtre. Or, le gouvernement dit que c'est impossible parce qu'il y a d'énormes différences. Il y a d'énormes différences entre certaines étiquettes. Pour d'autres, comme celles que vous avez devant vous, les différences sont minimes, et j'aimerais que vous regardiez de très près pour voir ce qu'elles sont.

Un des objectifs de l'ACIA est d'uniformiser les étiquettes, mais l'agence semble dire qu'aucune ne doit l'être si elles ne le sont pas toutes. Cela ne se produira jamais. Il faut procéder graduellement. Une étiquette pourrait forcer la barrière. Des pressions seraient alors exercées pour d'autres étiquettes, et les règlements changeraient et seraient uniformisés, un à la fois.

Si vous examinez les étiquettes, vous allez conclure que la FDA a fait sa part. Je crois que vous, les politiciens et les membres du comité, vous pouvez faire changer les choses.

Voilà mon histoire et voilà mes inquiétudes et mes idées. Je vous remercie de m'avoir permis de participer à votre étude, et j'espère que mes idées alimenteront le débat. Je crois qu'elles pourront faire avancer le dossier.

Merci.

• (0930)

Le président: Merci beaucoup.

M. Boshcoff va commencer le tour de sept minutes.

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

Merci beaucoup, monsieur Loney, d'avoir fait le voyage jusqu'ici. Dans le cadre de nos discussions, nous vous avons cité en exemple pour illustrer certaines des difficultés, mais je crois qu'aucun membre du comité n'avait vraiment compris toute l'étrangeté...

M. Mark Loney: Pour une petite entreprise, la comparaison entre la FDA et l'ACIA relève du très étrange, en effet.

M. Ken Boshcoff: Les retards que vous avez connus dépassent l'entendement, quand on songe à un T majuscule par rapport à un t minuscule et à la célérité de l'organisme américain.

D'autres témoins voudront peut-être parler de ces choses, mais comment peut-on expliquer qu'il faille attendre 10 mois pour obtenir l'aval de l'ACIA? Et y êtes-vous même arrivé? Vos produits ont-ils été approuvés officiellement?

M. Mark Loney: Trois étiquettes ont été approuvées. Les trois autres ne le sont pas. Elles sont encore ici quelque part.

M. Ken Boshcoff: Entre-temps, certaines étiquettes que vous avez présentées qui viennent d'autres pays et qui ne comportent aucun renseignement sur la nutrition, qui ne sont pas bilingues...

M. Mark Loney: Vous pouvez vendre ce produit du jour au lendemain, tandis que je dois attendre une année pour le mien. Il n'y a aucun tableau de la valeur nutritive, et le produit a été importé par l'un des plus grands importateurs de confiserie au Canada. Je ne crois pas qu'il soit nécessaire de dire de qui il s'agit, et je ne crois pas que ce soit de sa faute; c'est simplement qu'il y a un système différent pour ceci et pour cela. Ce n'est pas juste.

Un des grands avantages de la FDA, c'est qu'une représentante voit mon étiquette sur son écran, en même temps que moi. Je suis à Emo et elle est à Minneapolis. Elle me dit « Mark, tu dois déplacer la teneur en calorie à cet endroit. »

L'ACIA ne travaille pas de cette façon. Elle est encore au XVI^e siècle. Elle exige que j'envoie les documents par courrier traditionnel et que j'attende 40 jours avant que les documents reviennent. Il faut donc 40 jours chaque fois pour savoir si une lettre doit être en majuscule ou en minuscule. Ce n'est pas une bonne façon de communiquer.

M. Ken Boshcoff: Combien de multinationales semblables à Kraft ont des étiquettes qui comportent toutes ces erreurs d'orthographe et de typographie?

M. Mark Loney: Je crois que c'est endémique. Ce ne sont pas de grosses erreurs. Nous avons ici un « T » majuscule au lieu d'un « t » minuscule, mais si vous allez à l'épicerie, à la toute dernière ligne, le chiffre arrondi est sensé être 2 p. 100. Vous verrez 3 p. 100 et 1 p. 100 sur de nombreuses étiquettes. Eh bien, c'est une erreur parce que les chiffres ont été mal arrondis.

Combien de centaines de pages font les règlements, avez-vous dit? Je crois que je les ai presque toutes lues. Cette situation a accaparé toute ma vie ces derniers temps, parce que j'ai essayé de faire approuver cette étiquette.

M. Ken Boshcoff: Vous a-t-on donné des raisons pour expliquer ces délais, en disant que l'ACIA manquait de personnel, ou quelque chose de la sorte?

M. Mark Loney: Non. Vous envoyez vos documents et vous attendez 40 jours. S'il faut une lettre minuscule au lieu d'une lettre majuscule, alors les documents vous sont retournés.

M. Ken Boshcoff: En vous entretenant avec l'entreprise agricole de la Saskatchewan, cette dernière vous a-t-elle parlé d'expériences semblables qu'auraient vécues d'autres entrepreneurs?

M. Mark Loney: On m'avait dit que l'enregistrement était un véritable cauchemar; j'avais du mal à le croire, mais c'était vrai. Lorsque j'ai eu affaire à la FDA, je m'attendais à ce que mon propre gouvernement facilite les choses, ce qui n'est pas le cas. Je viens ici et je m'attends à voir des gens porter la perruque comme au XVI^e siècle. Voilà ce que je reçois de mon propre gouvernement. Je n'ai pas aimé cela.

M. Ken Boshcoff: Vous m'avez montré une lettre que l'ACIA vous a adressée et qui n'aurait pas réussi un test de grammaire de sixième année.

● (0935)

M. Mark Loney: Oui, pas même de la deuxième année.

M. Ken Boshcoff: Pouvez-vous la remettre au greffier?

M. Mark Loney: Oui, mais je préférerais taire les noms. C'est le processus qui est en cause.

M. Ken Boshcoff: D'accord, nous pourrions faire cela plus tard.

M. Mark Loney: Je peux la laisser ici.

M. Ken Boshcoff: La question est la suivante: un Américain aurait-il pu produire la même confiture et l'exporter au Canada sans avoir à se soumettre à ce processus?

M. Mark Loney: J'ai demandé à l'ACIA si je pouvais faire cela ici. Si je prenais cette boîte de confiture, faite dans le Sud-Est de la Saskatchewan, et que je l'exportais de l'autre côté de la frontière, à Minneapolis, puis que je l'importais, ce serait acceptable. J'aurais pu éviter cette attente de 10 mois au Canada, croyez-le ou non.

M. Ken Boshcoff: Cela se passe de commentaire.

M. Mark Loney: Mais j'ai la lettre ici, si vous voulez que je la lise.

M. Ken Boshcoff: Si vous pouvez la laisser, je vais la remettre au greffier.

En ce qui a trait au processus, si l'ACIA avait un processus semblable à celui des États-Unis, où une personne est désignée pour vous guider, combien de temps, selon vous, faudrait-il pour obtenir une approbation?

M. Mark Loney: J'aurais vendu ce produit au Canada il y a 10 mois, et je crois toujours que ce produit devrait pouvoir être vendu au Canada. En comparaison avec certaines autres étiquettes, ceci est conforme, mis à part le fait qu'on ne veut pas que j'inscrive « 20 grammes » et le tableau de la valeur nutritive.

Selon moi, il s'agit probablement d'une meilleure mesure, parce que si vous regardez tout le tableau... Si vous dites qu'une cuillerée à table égale 15 millilitres, le sucre représente quelle quantité? C'est 12 grammes. En disant « 15 millilitres », personne ne le sait. Mais si vous dites « Une cuillerée à table équivaut à 20 grammes », et vous savez que le sucre représente 13 grammes, alors vous savez que plus de la moitié du produit est composée de sucre. Mais « 15 millilitres » ne vous dit rien.

Une cuillerée à table équivaut à 20 grammes et à 15 millilitres, alors ce sont des faits. Les résultats d'analyse en laboratoire, pour lesquels j'ai payé 800 \$, sont revenus et montrent qu'une cuillerée à table équivaut à 15 millilitres, équivaut à 20 grammes. Il est vrai de dire que 20 grammes égalent 15 millilitres. Alors pourquoi ne pas laisser cette mention?

Cela n'a rien à voir avec la vérité.

M. Ken Boshcoff: Concernant la question d'équivalence, pour que les consommateurs puissent comprendre, vous venez d'expliquer ce que cela représente pour qu'ils puissent interpréter l'information. Croyez-vous que cela devrait être une norme?

M. Mark Loney: Ce devrait être une norme, et cela me permettrait de vendre mon produit, en plus des caractères plus gros. Si vous regardez bien, l'étiquette de la FDA comporte des caractères plus gros que l'étiquette canadienne, et je crois que les Américains accepteraient probablement des caractères plus fins. Comme je l'ai dit, ils ont accepté le français, les mesures métriques, les mesures en volume. L'étiquette est très semblable à l'étiquette canadienne.

Je ne sais pas si vous pouvez voir la différence. Il semble que non. Or, si vous ne pouvez pas voir la différence et que vous examinez les étiquettes de près, j'aimerais être en mesure de vendre mon produit avec cette étiquette. J'épargnerais ainsi des centaines de milliers de dollars.

M. Ken Boshcoff: Merci beaucoup.

Le président: Merci.

Monsieur Bellavance.

[Français]

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

Je vous remercie beaucoup pour vos témoignages. Pour ceux qui ne comprennent pas le français, je vous invite à utiliser l'interprétation.

Monsieur Doering, vous avez raison de dire que vous nous avez fait entendre une note discordante, ce qui ne veut pas dire que c'est inintéressant, loin de là. Cependant, votre témoignage soulève plusieurs questions.

Vous dites qu'il ne faut pas modifier la loi car cela aurait des impacts dramatiques. Vous faites évidemment référence à l'effet domino que produirait l'instauration d'une directive plus stricte concernant l'utilisation de la mention « Produit du Canada ».

Vous avez évoqué une trentaine de règlements qui découlent de la directive du Bureau de la concurrence. Avez-vous des exemples de répercussions qu'entraînerait la modification de la loi?

[Traduction]

M. Ronald Doering: Bien sûr. Vous n'avez pas tout l'avant-midi, mais je pourrais prendre tout l'avant-midi, parce que c'est ce que je fais comme travail: je guide les gens dans ce dédale. Je vais reprendre l'exemple dont a parlé le dernier témoin.

La vraie solution à ce problème est de ne pas avoir une approbation préétiquetage pour les confitures. Parmi la centaine de produits qui se retrouvent dans une épicerie, toutes les étiquettes de viande doivent être approuvées avant la mise en marché. Le service d'enregistrement des étiquettes — le groupe de Mark Bielby, à Ottawa — doit approuver toutes les étiquettes de viande et toutes les étiquettes de confitures. Aucune de leurs étiquettes n'est soumise à une approbation avant la mise en marché, parce que c'est une réalité historique que personne ne sait exactement d'où vient la totalité de ce produit.

Si vous aviez une céréale, si vous vendiez un produit qui n'est pas assujéti à la gestion de l'offre — et c'est là une autre histoire — comme dans le cas de certaines d'autres produits alimentaires, vous le vendriez tout simplement, et si quelqu'un se plaignait de l'étiquette, alors des mesures seraient prises. Le service doit travailler

en fonction des plaintes formulées par les concurrents, puisqu'il en reçoit des milliers par année.

La solution au problème, par exemple, pour les confitures, est de se demander pourquoi les confitures devraient être traitées différemment de tous les autres produits alimentaires. Oubliez l'enregistrement de l'étiquette avant la mise en marché et vous vous débarrassez de tous ces détails... de mon travail.

Je vous ai prévenus de ne pas aller dans cette direction, de ne pas toucher à la réglementation. Mais voici un exemple où, si vous essayez de modifier le règlement, ce serait différent pour les viandes et les confitures par rapport à tous les autres produits, parce que ceux-ci sont déjà préapprouvés. Vous auriez l'image JPEG, vous pourriez l'examiner dans le détail et regarder toutes les petites choses, ce que vous ne faites pas pour tous ces autres produits alimentaires.

Voilà un autre exemple où des effets non souhaités pourraient vous causer des problèmes, si vous essayez de traiter tous ces produits comme si certains recevaient une approbation avant leur mise en marché et d'autres, non.

• (0940)

[Français]

M. André Bellavance: Parfois, en voulant simplifier les choses, on les complique davantage. Que faites-vous du droit du consommateur de connaître exactement la provenance du produit qu'il veut acheter? Vous avez dit avoir lu nos témoignages. Ce n'est pas la première fois que le comité se penche là-dessus. Vous avez vous-même dit avoir comparu devant le comité il y a 12 ans et que déjà, et qu'il discutait déjà de dossiers de ce genre.

Le but premier est très simple. Il s'agit de s'assurer qu'il y a une directive très claire concernant l'utilisation de la mention « Produit du Canada ». Premièrement, les consommateurs ont le droit de savoir ce qu'ils achètent. Deuxièmement, on est convaincus que cela aidera les producteurs agricole à commercialiser leurs produits. Les gens veulent acheter des produits de chez nous. Ces deux catégories de personnes seraient touchées par le changement de la directive.

En laissant les choses telles quelles, le consommateur est mêlé, compte tenu de tout ce qu'il est permis d'écrire sur les étiquettes. En outre, la règle du 51 p. 100 du coût total du produit fait en sorte que les produits consommés ne viendront pas nécessairement du Canada, même s'ils portent la mention « Produit du Canada ». À mon avis, si on n'adopte pas le changement, les consommateurs seront induits en erreur.

[Traduction]

M. Ronald Doering: Je n'ai pas plaidé en faveur du statu quo; j'ai dit qu'il ne fallait pas changer le règlement.

Si vous recommandez au gouvernement du Canada de modifier le règlement, ce changement ne sera pas fait avant des années. Vous n'aurez eu aucun impact sur le consommateur canadien, parce que le processus de modification de la réglementation est très lent et sporadique. La chose se fait, toutefois. Voici une solution que vous pourriez mettre en oeuvre sans modifier le règlement. Il suffit de recommander au gouvernement de modifier la règle élaborée par Industrie Canada il y a plusieurs années, et qui fait partie du guide sur l'étiquetage des aliments, pour que le 51 p. 100 devienne 80 ou 90 p. 100. S'il accepte votre recommandation, les choses vont changer. Aucune entreprise ne pourra dire qu'elle peut utiliser la mention « Produit du Canada » parce que la majeure partie du coût de production, même si la dernière transformation s'est faite au Canada, a été dépensée au Canada et qu'elle peut donc invoquer cette raison. Elle ne pourrait plus le faire.

Les entreprises dont nous parlons, qui s'en remettent à la règle du 51 p. 100, respectaient en fait la loi que nous avons maintenant. Alors qu'entendons-nous par « étiquetage trompeur »? Eh bien, il existait des lignes directrices concernant la mention « Produit du Canada ». Je n'ai pas dit « pas de changement »; j'ai dit « je recommande ». Ce serait bien pour mon entreprise si vous modifiez le système de réglementation, parce que vous ne feriez que créer un autre cafouillis. Je gagne ma vie avec cela, en partie.

Si vous voulez changer les choses, je recommande que les lignes directrices actuelles d'Industrie Canada — ce n'est pas un règlement — fassent en sorte que le pourcentage ne soit plus 51 p. 100, mais bien 80 ou 90 p. 100. La solution est là. Vous avez mis fin au problème que posait le pot d'ail importé d'ailleurs, dont la majorité des coûts allait à l'emballage et au traitement plutôt qu'au produit. Donc, si le pourcentage est plus élevé, vous ne pourriez pas importer ce fameux pot d'ail et dire qu'il s'agit d'un produit du Canada.

D'un autre côté, concernant la mention « Cultivé au Canada » et le fait que les Canadiens devraient pouvoir faire la distinction entre des poires cultivées au Canada et des poires cultivées en Chine, la loi est très claire. Si vous importez des poires de la Chine, il s'agit d'un produit de la Chine, et il ne pourra pas être importé au Canada sous un autre titre. Je vous le garantis. La loi est claire. C'est bien écrit dans le Règlement sur les produits transformés. La différence apparaît lorsque vous mettez ces poires dans des boîtes de conserve en Chine. Si nous voulons différencier ce produit, que vous ne pouvez importer légalement en affirmant qu'il s'agit d'un produit du Canada, s'il est produit là-bas... Si une entreprise canadienne transformait ces poires et qu'elle utilisait des poires canadiennes et des poires chinoises, selon l'approvisionnement, on serait toujours en mesure de faire cette distinction.

Je ne dis pas, monsieur, que vous ne devez pas faire de changements. Je dis que la mention « Cultivé au Canada » pourrait être en vigueur dès maintenant, et vous n'avez pas à modifier le règlement. Alors levons-nous et commençons à faire la promotion des produits cultivés au Canada comme on le fait en Australie et en Ontario. L'Ontario a un très bon programme. Pourquoi n'aurions-nous pas un programme national pour cela?

Je suis étonné que la communauté agricole ne l'ait pas fait avant maintenant. Il est intéressant de constater que la vieille organisation de M. Easter, le Syndicat national des cultivateurs, a adopté une importante résolution à sa dernière réunion. À qui l'a-t-il adressée? Au Syndicat national des cultivateurs, et non au gouvernement du Canada.

● (0945)

Le président: Le temps de M. Bellavance est écoulé.

Monsieur Miller.

M. Larry Miller: Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup aux témoins d'être venus ici aujourd'hui.

L'exactitude en matière d'étiquetage est, bien que de façon détournée, la question qui nous occupe en réalité, et je pense qu'on peut dire que c'est une chose pour laquelle j'ai lutté pendant des années au sein d'organisations agricoles locales.

Monsieur le président, tout le monde ici — le comité, en tout cas — m'a entendu parler du proverbial pichet de jus de raisin auquel on semble accoler sans problème, dans ce pays, l'étiquette de « Produit du Canada ». Mais M. Loney nous parle d'un produit qui provient du Canada, qui y est cultivé pour ensuite y être emballé, mais qu'il a beaucoup de mal à faire approuver. Cela montre simplement que ce comité se penche sur la question notamment parce qu'un tel examen se fait attendre depuis longtemps. Je sais que le ministre examine la question actuellement, et qu'il est conscient qu'il y a un problème. On agit enfin, après des années d'attente.

Madame Cruikshank, vous avez déclaré qu'il ne s'agissait pas de sécurité alimentaire, mais du pays d'origine. Seriez-vous d'accord pour dire que les consommateurs d'aujourd'hui sont mieux informés? Je constate qu'il y a véritablement un mouvement à l'oeuvre. Les gens veulent savoir d'où viennent leurs aliments. Mais cela ne s'arrête pas là. Il y a des gens — et je parle de ceux qui viennent des régions urbaines de ma circonscription — qui me téléphonent. Ils lisent les journaux et connaissent les problèmes du secteur de l'agriculture. Il n'y a pas si longtemps, le secteur des céréales et des oléagineux était touché, et c'est maintenant le tour du secteur du bétail. Ces gens me disent qu'ils veulent être en mesure de faire leur part pour appuyer l'agriculture, et que si on leur précise la provenance de nos aliments, ils seront prêts à payer un peu plus cher pour les acheter. Dans un sens, je pense que je suis légèrement en désaccord avec votre déclaration.

Voulez-vous élaborer là-dessus? Êtes-vous d'accord avec moi?

Mme Jeanne Cruikshank: Absolument. J'aimerais en parler en plus grand détail.

Le fait est que, tandis que j'écoutais les autres témoins, il y avait parfois des indications selon lesquelles il s'agissait de sécurité alimentaire. Au CCDA, nous pensons qu'il s'agit de qualité.

L'une des questions dont je m'occupe au nom de nos membres, à l'échelle nationale, est celle de la viande. Nous savons qu'il y a une préoccupation et un intérêt à l'égard de l'achat de produits locaux. Nous sommes le seul pays au monde qui, à la suite de l'ESB, a acheté encore plus de boeuf qu'auparavant. J'estime que c'est attribuable à notre alliance avec la communauté locale et nos produits canadiens, de même qu'à notre volonté de les appuyer.

L'objectif était de souligner que les consommateurs prennent bien des éléments en considération au moment de faire leurs choix. Nous avons dans ce pays un système de réglementation rigoureux qui traite de la sécurité alimentaire. Mais dans ce cas précis, il est question du pays d'origine. Cela pourrait se traduire, chez certains consommateurs, par un soutien aux produits locaux et une meilleure assurance envers les mesures de protection de leur pays. Mais on ne doit vraiment pas confondre cette question avec celle de la sécurité alimentaire.

•(0950)

M. Larry Miller: Vous avez également parlé de la proposition d'un système à deux niveaux. Cela n'entraînerait-il pas des coûts d'étiquetage supplémentaires? Aujourd'hui, les consommateurs souhaitent connaître beaucoup plus de renseignements qu'autrefois. On en arrive au point où il faudra accompagner chaque pot de confiture d'une petite brochure retenue par un élastique. On en est presque là. Mais je comprends pourquoi les gens veulent savoir.

Mme Jeanne Cruikshank: Nous sommes parfaitement au courant des coûts des changements d'étiquette. Parmi nos membres, il y a de grands et de petits joueurs. Nos membres sont prédisposés à acheter localement. Cela devient compliqué pour ces petits producteurs qui doivent, à grands frais, procéder à l'étiquetage nutritionnel et satisfaire aux exigences.

Un des problèmes consiste en ce que la définition doit être communiquée clairement. L'étiquette n'est qu'un moyen de transmettre un message. La raison pour laquelle il semble y avoir une lacune ou, dans certains cas, une mauvaise compréhension de la part des consommateurs, c'est que certains produits ne sont pas vraiment conformes à la règle des 51 p. 100. Il y a des produits comme les pâtés au poulet, où l'on trouve 20 ingrédients qui peuvent provenir de divers endroits. Cela ne cadre tout simplement pas avec les directives existantes.

Nous proposons que les produits canadiens à 100 p. 100 fassent l'objet d'un étiquetage et d'une identification distincts. Cette information pourrait apparaître sur l'étiquette ou être communiquée par différents moyens, pourvu que la signification soit la même et que ce soit conforme aux normes de nos partenaires commerciaux.

M. Larry Miller: J'aimerais poursuivre sur le même sujet. Vous avez parlé de l'étiquetage pour des produits à 100 p. 100 canadiens. Puis, vous avez parlé de l'autre cas où — corrigez-moi si j'ai tort — vous penchiez en faveur d'une appellation en fonction de la fabrication du produit. Selon vous, si l'on allait plutôt dans cette direction, diriez-vous qu'un produit dont le contenu a été importé à 20, ou même à 100 p. 100, mais qui a été fabriqué ou transformé au Canada, pourrait porter la même étiquette qu'un autre produit transformé ou fabriqué au Canada, mais qui est seulement à 50 ou 40 p. 100 canadien?

Monsieur Loney, voudriez-vous dire que les petites entreprises alimentaires sont traitées différemment des grandes multinationales? Je vous laisserai répondre à cette question quand Mme Cruikshank en aura terminé.

Mme Jeanne Cruikshank: Je ne pense pas que nos membres détiennent toutes les réponses là-dessus, mais nous savons qu'il y a cette autre catégorie de produits qui ne satisfont peut-être pas à la règle des 51 p. 100 et qui peuvent renfermer des ingrédients provenant de nombreux pays. C'est pourquoi nous proposons que les bons intervenants et les bons penseurs se réunissent pour tirer la question au clair.

Notre industrie, en partenariat avec le gouvernement, pourra le faire rapidement. Nous pouvons faire avancer les choses. Nous devons tenir compte des partenaires commerciaux et des situations qui existent déjà.

Je n'ai pas de réponse définie à vous donner, mais je pense que les bonnes personnes, dont beaucoup ont comparu ici, sont là pour faire en sorte que cela se réalise rapidement.

M. Larry Miller: Merci.

M. Mark Loney: Je pense qu'on me traite d'une manière un peu différente, et qu'on m'a accordé davantage d'attention. C'est comme

s'il y avait un feu de forêt quelque part et que 10 pompiers débarquaient pour arroser un poteau enflammé. C'est l'impression que cela m'a donné. Je suis fâché de constater que ces personnes sont traitées différemment; elles n'ont pas à s'enregistrer, mais je suis tenu de le faire.

Le président: Monsieur Miller, votre temps de parole est écoulé.

Monsieur Atamanenko.

M. Alex Atamanenko (Colombie-Britannique-Southern Interior, NPD): Merci.

Monsieur Doering, vous avez dit que vous étiez essentiellement satisfait de la manière dont se fait l'étiquetage, mais que vous ne verriez pas d'inconvénient à ce que la règle des 51 p. 100 passe à 80 p. 100 — non pas par la prise d'un règlement, mais seulement en appliquant ce critère. Mais à en croire tous les témoins que nous avons entendus, il semble que les gens croient que si un produit est canadien, cette désignation devrait concerner les ingrédients, et non la transformation.

Est-il si difficile, selon vous, d'avoir un règlement qui exige qu'au moins 51 p. 100 des ingrédients d'un produit soient canadiens — ou encore 60 ou 70 p. 100? Quel devrait être ce pourcentage? Vous avez dit qu'il en est ainsi pour le jus, à savoir que si quelqu'un produit volontairement du jus composé à 80 p. 100 d'ingrédients canadiens, il s'agit d'un produit du Canada.

Nous sommes ici pour voir s'il y a moyen de régler cette question. D'après vous, pourquoi serait-il si difficile d'agir en ce sens?

•(0955)

M. Ronald Doering: Je vais le répéter: je ne dis pas que la manière dont nous procédons à l'étiquetage des aliments est acceptable. C'est terrible. Cela nuit considérablement à l'innovation au Canada ainsi qu'à la compétitivité, et cause un tort considérable à l'investissement dans l'industrie alimentaire.

J'ai affirmé que si l'on souhaitait changer les choses pour ce qui est de la mention « Produit du Canada »... Il ne s'agit ni des 500 autres questions concernant les étiquettes, ni de déterminer si nous devrions procéder à l'enregistrement précommercialisation des étiquettes pour les confitures. Si vous voulez entrer là-dedans, soit. Nous pouvons faire tout cela. Ma recommandation est de changer cela du tout au tout.

Au sujet de la question de l'appellation « Produit du Canada », je disais que si vous souhaitez réellement que les choses changent bientôt, il faut recommander au gouvernement de considérer la directive d'Industrie Canada selon laquelle, au lieu de tenir compte du produit dans le pot, on peut calculer tous les coûts associés à la production de ce produit. Et si le pourcentage de ces coûts dépasse les 51 p. 100, on pourra toujours qualifier cet article de « Produit du Canada ». Si vous souhaitez changer cela, pas de problème. On pourrait hausser cette exigence à 90 p. 100 demain. Une telle mesure résoudrait le problème de ces produits préemballés visés par cette loi et ce règlement. À moins de parvenir à démontrer que 90 p. 100 des coûts de production ont été déboursés au Canada, on ne pourra utiliser la dénomination « Produit du Canada ». Cela résout le problème.

Pour ce qui est de la mention « Cultivé au Canada », actuellement, on peut l'utiliser. Si l'on souhaite préciser « Préparé au Canada », plutôt que « Produit du Canada », il est également possible de le faire en ce moment. L'expression « Produit du Canada », n'existe pas réellement dans le genre de cas dont il est question ici. Elle n'existe pas. Il y a des centaines et des centaines de denrées alimentaires qui sont toutes soumises à leur propre régime de réglementation.

M. Alex Atamanenko: Peut-être pourrions-nous nous arrêter là pour voir ce que M. Loney a à dire.

M. Mark Loney: J'aimerais dire que la règle des 51 p. 100 est peut-être facile à appliquer, mais que la manufacture avec laquelle je fais affaire n'utilise pas toujours des fraises du Canada. Nous essayons de le faire dans la mesure du possible, mais parfois, il ne reste plus de provisions de fraises. De manière générale, notre produit est sans doute canadien, mais pas tout le temps. Nous faisons ce que nous pouvons mais parfois, cela nous est impossible.

Ce que je veux dire, c'est qu'il faudrait parfois que nous ayons deux étiquettes; l'une précisant qu'il s'agit d'un produit du Canada, et l'autre, d'un produit transformé au Canada. Ce serait un cauchemar pour nous.

M. Alex Atamanenko: Je ne suis pas certain de comprendre en quoi consiste votre commerce. Vous n'êtes pas détaillant.

M. Mark Loney: Je suis épicier; il s'agit là d'un commerce secondaire.

M. Alex Atamanenko: D'accord. J'aimerais bien comprendre; pourriez-vous me dire quelle est, au juste, cette entreprise secondaire?

M. Mark Loney: La plupart de mes ventes sont réalisées grâce à l'exportation de confitures aux États-Unis. Je suis exportateur.

M. Alex Atamanenko: Vous n'en assurez pas la transformation; vous ne faites qu'exporter ces produits.

M. Mark Loney: Je les fais transformer par quelqu'un. C'est la fabrique dans le sud-est de la Saskatchewan qui s'en charge. J'ai ma propre marque privée.

M. Alex Atamanenko: Encore une fois, pour que ce soit clair dans mon esprit, pourriez-vous me préciser quels sont les obstacles que vous rencontrez en tentant d'exercer ces activités?

M. Mark Loney: Le temps que cela prend est assurément un obstacle. Le fait que je ne puisse utiliser une seule étiquette pour les deux pays, même si les étiquettes sont presque identiques, en est un autre. Je crois que vous avez devant vous une feuille à ce sujet. Pour moi, cela représente un coût énorme.

M. Alex Atamanenko: Il y a également un coût lorsque les produits importés ne rencontrent apparemment aucun problème, alors que vous avez...

M. Mark Loney: Un tel produit peut être vendu ici le jour même où il traverse la frontière, voyez-vous? Et le mien doit être... Il y a un an que ça dure, maintenant, et je ne suis toujours pas... Si je fabriquais ce pot de confiture aux États-Unis, je pourrais le vendre demain. Je n'aurai pas à enregistrer l'étiquette. Ainsi, si je fabriquais ce produit aux États-Unis, je pourrais le vendre dès demain; mais comme je suis au Canada, il me faut attendre une année.

M. Alex Atamanenko: Et vous pourriez l'exporter aux États-Unis, puis le ramener et le vendre ici. Est-ce bien ce que vous dites également?

M. Mark Loney: Oui, je pourrais le faire, et ce serait légal. Mais en ce moment, je suis en situation illégale. Cela me pose donc problème.

M. Alex Atamanenko: Merci. Alors...

M. Ronald Doering: Ce problème ne concernait pas l'appellation « Produit du Canada ».

M. Alex Atamanenko: Oui, je le comprends.

Madame Cruikshank, nous avons déjà entendu — pas nécessairement au cours de la présente discussion — les témoignages de gens

d'affaires des régions qui affirmaient qu'ils avaient souvent de la difficulté à placer des produits locaux sur leurs étagères à cause du système de distribution. Pourriez-vous nous en dire plus là-dessus, c'est-à-dire sur le fait que quelqu'un qui se trouve à proximité d'un supermarché ne peut pas réellement y vendre son produit en raison d'un système de distribution, de sorte que les gros joueurs prennent la place, en quelque sorte?

● (1000)

Mme Jeanne Cruikshank: Bien sûr, je peux me prononcer là-dessus. Je pense que cette question s'éloigne un peu du sujet de l'appellation « Produit du Canada », mais elle concerne mes membres. Il s'agit surtout des exigences de ce pays en matière de sécurité alimentaire. À cette fin, nous avons un système de distribution central. Nous assurons efficacement cette distribution, mais il faut qu'un mécanisme de pistage soit en place. Et même si, effectivement, sur le plan logistique, un agriculteur qui se trouve plus près d'un centre de distribution peut avoir certains avantages, cela fait partie du système qui — compte tenu de la société dans laquelle nous vivons —, malheureusement, est nécessaire pour veiller à ce que les mesures de protection soient en place. Absolument; le produit que nous offrons aux consommateurs doit être de la première qualité et doit répondre aux normes les plus élevées. Si ce n'était pas le cas, nous refuserions d'accepter ce produit au centre de distribution, et il ne se rendrait pas jusqu'au consommateur.

Le président: Merci. Je vais maintenant passer aux interventions de cinq minutes.

Monsieur St-Amand, vous donnerez le coup d'envoi.

M. Lloyd St. Amand (Brant, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Monsieur Doering, je représente la circonscription de Brant et, bien que mes questions pourraient être considérées hors de propos, je serais absolument ravi de vous interroger au sujet des Six-Nations de la rivière Grand, des Aaron Detlors, des Leroy Hills, etc.

M. Ronald Doering: Nous pourrions en parler après.

M. Lloyd St. Amand: Oui. Ce pourrait être une longue discussion.

Madame Cruikshank, si vous me le permettez, vous avez dit dans votre exposé ce qui suit:

En d'autres termes, les déclarations sur le pays d'origine qui sont élaborées pour le marché canadien doivent être compatibles avec celles de nos partenaires commerciaux, afin d'éviter le besoin d'apposer de nouvelles étiquettes sur les produits importés.

Vous savez, comme nous tous, que le Canada est une nation commerçante. J'aimerais seulement que vous me disiez si vous connaissez les pratiques en vigueur dans d'autres pays. Quelle est notre position sur l'étiquetage par rapport aux pays européens, à l'Australie, à la Nouvelle-Zélande et, bien sûr, aux États-Unis?

Mme Jeanne Cruikshank: Je pense que M. Loney a indiqué certains des cas qui bénéficieraient d'une uniformisation. En fait, je vais renvoyer la question à l'expert en matière d'étiquetage que j'ai emmené avec moi, Bernie Leblanc, pour répondre à de telles questions. Selon moi, bien souvent, notre position est un peu plus compliquée, et en ce concerne les délais, il semble que nous accusons un certain retard.

M. Bernard Leblanc (conseiller national en matière d'étiquetage, Conseil canadien des distributeurs en alimentation): Il y a encore beaucoup de recherche à effectuer en ce qui a trait aux autres pays. Certains d'entre eux appliquent des directives semblables aux nôtres. Les États-Unis ont proposé une nouvelle loi relativement au pays d'origine qui ne traite pas en profondeur de la question dont nous discutons aujourd'hui; alors ce que les Américains pourraient élaborer ne serait toujours pas compatible avec nos règles.

Ce qui nous préoccupe, c'est que... Par exemple, il faudrait que le contenu d'un produit soit à 80 p. 100 canadien pour qu'on puisse lui donner l'appellation « produit du Canada ». Si nous faisons venir des produits d'autres pays, ces pays n'ont aucune règle à suivre et, par conséquent, peuvent fabriquer un produit — par exemple, de la Chine — qui pourrait être composé à 40 p. 100 d'ingrédients chinois, et à 40 p. 100 d'ingrédients d'autres pays, alors il n'y aurait pas de compatibilité. Si nous devons nous aventurer à changer les règles, il faut nous assurer qu'elles soient compatibles, ce qui s'inscrirait dans le mandat d'un comité d'intervenants qui analyserait le cas de tous les autres partenaires commerciaux.

M. Lloyd St. Amand: Madame Cruikshank, vous avez également parlé de la nécessité d'une longue période de transition pour permettre à l'industrie de se conformer aux nouvelles directives. M. Doering a laissé entendre — fort justement, selon moi — que la directive pour l'appellation « produit du Canada » pourrait, dès demain, passer de 51 à 80 p. 100, voire même 90 p. 100. Il est incontestable que cela pourrait se faire aussi rapidement, mais pour ce qui est des effets sur le terrain, quel délai réaliste serait nécessaire pour que l'industrie puisse se conformer à la nouvelle directive?

Mme Jeanne Cruikshank: Le cycle de vie d'une étiquette est essentiellement de quatre à cinq ans, mais évidemment, le processus comporte différentes étapes.

Je pense que l'une des choses les plus importantes sur lesquelles il faut s'entendre, c'est la définition de l'étiquette; ensuite, en cours d'utilisation, cette définition sera la même pour les consommateurs. Ainsi, lorsque nous parlons de transition en vue de minimiser les coûts, dans certains cas, selon le point où nous en sommes dans le changement des étiquettes, nous pourrions y arriver rapidement. Mais nous voulons vraiment être fixés au sujet de cette définition au moment où nous réaliserons cette opération, de manière à ce qu'il s'agisse d'une définition commune, clairement exprimée, avec des règles du jeu uniformes. L'industrie sera capable de minimiser les coûts de cette mesure pour qu'ils ne soient pas refilés à nos consommateurs lorsqu'on leur fournira l'information exacte.

• (1005)

M. Lloyd St. Amand: Et pour ce qui est du temps nécessaire...?

Mme Jeanne Cruikshank: Cela prendrait de quatre à cinq ans si l'on commençait du début. Il s'agit du cycle de vie, mais les gens en sont à différentes étapes dans ce dernier. Tout récemment, nous avons traversé une grande période de transition en ce qui a trait aux tableaux de la valeur nutritive et autres questions, et les étiquettes font toujours partie du processus. Je ne dis pas qu'un tel changement prendra de quatre à cinq ans, mais on voudrait pouvoir utiliser une étiquette pendant quatre à cinq ans lorsque le produit est sur le marché, sans être obligé d'apporter des changements significatifs pour son produit.

M. Lloyd St. Amand: Que pensez-vous d'une étiquette arborant la mention « Cultivé au Canada »? Devrait-elle être assujettie à un règlement? Comme M. Doering l'a indiqué, le secteur lui-même aurait déjà pu l'avoir fait.

Mme Jeanne Cruikshank: Selon nous, la réglementation n'est pas nécessaire. J'ai participé à l'établissement de la nomenclature pour le porc et le boeuf — des questions que l'industrie a modifiées de manière très appropriée. Nous pouvons aller de l'avant à cet égard, encore une fois avec une définition commune. Certains produits dans nos épiceries seront visés. Nous devons le faire en tant qu'effort collectif et inclure les producteurs et les consommateurs.

M. Lloyd St. Amand: On peut agir en ce sens, je le comprends, mais y a-t-il une vague d'opposition pour qu'on puisse le faire sans y être contraint par un intervenant autoritaire?

Mme Jeanne Cruikshank: Nous cherchons de plus en plus quelque chose qui indiquerait qu'un produit est entièrement canadien, et la mention « Cultivé au Canada » semble présenter beaucoup d'éléments qui s'appliqueraient à cette désignation. Il s'agit de faire avancer ce dossier dans le système avec les bons intervenants.

Le président: Merci. Votre temps est écoulé.

Nous allons maintenant entendre Mme Thi Lac.

[Français]

Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac (Saint-Hyacinthe—Bagot, BQ): Bonjour. Merci à tous les témoins d'être venus témoigner aujourd'hui.

Le comité est en train de revoir les règles sur l'étiquetage. Je voudrais obtenir une réponse de la part de tous les témoins. En adoptant une nouvelle réglementation, cette règle d'étiquetage devrait-elle être obligatoire ou volontaire?

On convient que la mention « Aliment du Canada » s'appliquerait aux aliments cultivés et produits au Canada. Monsieur Doering, vous avez parlé d'augmenter le pourcentage de la règle du 51 p. 100. Présentement, ce qui est aussi permis, ce n'est pas 51 p. 100 du contenu, mais du coût. Vous préconisez le statu quo pour ce qui est du pourcentage du coût, mais qu'en est-il du pourcentage du contenu?

[Traduction]

M. Ronald Doering: C'est simplement dû au fait que la règle des 51 p. 100 est fondée sur les coûts, et pas sur le contenu des produits. Elle n'a jamais été conçue pour la nourriture, mais s'appliquait, je présume, à quelque chose comme l'importation de T-shirts de l'Asie, auxquels on ajoutera ensuite des écussons ou des broderies. Si 51 p. 100 des coûts d'un produit sont encourus ici, on pourra lui donner l'appellation « Produit du Canada » — à la différence du T-shirt ou du coton de base. Si l'on souhaite créer un impact direct, on doit changer cela. Si le pourcentage se rapprochait davantage des 80 ou 90 p. 100, on mettrait probablement fin à ce genre de situations qui font en sorte que les gens pensent qu'on les a induits en erreur.

En ce qui concerne l'appellation « Cultivé au Canada », les gens l'utilisent actuellement. Il n'y a absolument aucune interdiction à son encontre. En fait, je suis surpris qu'on n'y recoure pas davantage. Cela s'explique en partie par la nature intégrée de notre système alimentaire, et en partie par notre climat. Mais aujourd'hui, si quelqu'un inscrivait « Cultivé au Canada » sur l'étiquette de son produit et que cette affirmation était fautive, une simple plainte d'un concurrent ou d'un client serait adressée à l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Cet organisme compte de 6 000 à 7 000 employés. Je suis certain que l'Agence enverrait quelqu'un pour mener l'une des milliers d'enquêtes qu'elle effectue. S'il était évident qu'un produit n'a pas été cultivé au Canada, l'Agence utiliserait l'un de ses nombreux et très importants pouvoirs d'application de la loi pour y mettre un terme. Cela se produit tous les jours.

Je ne vois aucune raison qui justifierait qu'on ait des règles obligatoires quant à l'utilisation de l'appellation « Cultivé au Canada ». Si un produit n'a pas été cultivé au Canada, c'est une information trompeuse; donc, en vertu du paragraphe 5(1) de la Loi sur les aliments et drogues, on pourrait mettre fin à son importation. On pourrait saisir et détenir le produit. On ne pourrait en exiger le rappel, mais de plus en plus, de nos jours — et je passe beaucoup de temps à le faire —, on se retrouve à parler aux grands détaillants et on procède à un retrait du produit, même s'il ne s'agit pas d'un problème de santé publique.

Donc, nous avons toutes les lois qu'il nous faut pour traiter avec quelqu'un qui recourt à l'appellation « Cultivé au Canada » pour un produit qui ne l'a pas été. Il est absolument inutile d'apporter des changements au règlement pour traiter la question.

• (1010)

Mme Jeanne Cruikshank: Nous pensons que l'étiquetage peut être fait volontairement. La mise en application des règles est possible en vertu du paragraphe 5(1) de la Loi. J'estime que dans l'avenir, nous devons procéder selon une approche volontaire. Il serait bien plus long, compliqué et coûteux de faire des modifications réglementaires. Il nous est possible de le faire, mais nous avons besoin d'une définition commune pour pouvoir arriver avec quelque chose de cohérent pour les consommateurs.

La dénomination « Cultivé au Canada » inclut-elle le bétail, ou seulement les fruits et légumes frais? Nous devons nous en assurer et être au fait. Certaines provinces ont également des règles provinciales sur la question. Le Nouveau-Brunswick, par exemple, utilise l'appellation « Cultivé au Nouveau-Brunswick ».

À mesure que nous avançons, je pense qu'il faut consulter certaines des parties intéressées pour nous assurer de bien faire les choses. Lorsque nous arriverons à une définition commune, il faudrait que nous l'adoptions. Quand nous aurons reçu une approbation pour cette entente commune, la dénomination pourra faire son apparition.

Il est souvent d'égale valeur, pour les consommateurs, de savoir ce qu'impliquent la commercialisation et les définitions. Il y a un coût pour produire l'étiquette, de même que pour en faire la promotion. Il y aura partenariat avec le gouvernement une fois que nous serons arrivés à une entente commune quant à la signification de cette information. Nous devons collaborer, par tous les moyens possibles, pour en expliquer le sens. Ensuite, nous communiquerons réellement quelque chose aux consommateurs, de façon à ce qu'ils sachent ce qu'ils achètent.

M. Mark Loney: Je suis entièrement d'accord. Au Canada, nous ne sommes pas les seuls à éprouver des problèmes. J'ai un pot de

marmelade d'orange sur lequel il est écrit « Produit du Royaume-Uni ». C'est intéressant. Les Britanniques ont les mêmes règles que nous, j'imagine.

Agir volontairement est bien plus facile que de le faire par obligation, et je crois qu'il faudrait en tenir compte.

Mme Jeanne Cruikshank: J'aimerais faire des observations à propos de l'irritation dont M. Loney nous a fait part au sujet des délais. Cette situation n'est pas exclusive aux petites entreprises. Chez nos membres, les délais et le processus d'enregistrement des étiquettes créent beaucoup de frustration. Parfois, cette situation est reliée à la complexité des étiquettes. D'autres fois, nous ne sommes pas certains des causes. Cela ne se limite pas aux petites entreprises. En fait, c'est un problème au Canada qui, comme l'a dit M. Doering, empêche dans certains cas l'innovation nécessaire pour commercialiser les produits.

Le président: Madame Skelton.

L'hon. Carol Skelton (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC): Merci.

Ce fut intéressant, ce matin, d'écouter vos commentaires. J'ai entendu M. Loney dire qu'il aimerait uniformiser nos règles et celles des États-Unis. Il s'agit de votre section sur l'étiquetage, n'est-ce pas?

M. Mark Loney: Oui; cela me permettrait d'économiser beaucoup d'argent, et je pense que la même chose vaudrait pour les consommateurs. Comme je l'ai dit, je fais également de l'importation. Je vends de la confiture aux États-Unis, d'où je ramène des aliments comme du ketchup. Je peux acheter ces produits aux États-Unis pour près de la moitié du prix que je paierais ici, au Canada. Et où croyez-vous qu'ils sont fabriqués? Au Canada.

Si on uniformisait les étiquettes, je ne pense pas que Heinz établirait une distinction entre les prix respectifs des deux marchés. On a le même problème avec les fertilisants, avec tous les produits. Un règlement mineur entraîne des coûts élevés pour les Canadiens.

L'hon. Carol Skelton: C'est intéressant. Corrigez-moi si j'ai tort, mais je pense que M. Doering a dit qu'il ne croyait pas que le nouveau système d'étiquetage fonctionnerait, et que cela coûterait d'énormes sommes d'argent. Ai-je raison de dire cela en ce qui concerne les produits que les Américains exportent au Canada?

M. Ronald Doering: Le problème, c'est qu'il parlait de confiture. La confiture est un produit unique, tout comme la viande. On doit faire approuver l'étiquette de ce genre de produit avant sa commercialisation.

L'hon. Carol Skelton: Pensez-vous qu'en ce qui concerne la confiture, l'ACIA devrait harmoniser ses règles à celles des États-Unis, comme le propose M. Loney?

M. Ronald Doering: De manière assez intéressante, l'une des raisons pour lesquelles les Américains préfèrent la confiture canadienne, c'est que nous appliquons des normes différentes pour ce produit. Nous devons avoir un contenu plus élevé en fruits. Parmi les raisons pour lesquelles on aime notre confiture là-bas, il y a sans doute le fait qu'elle est de meilleure qualité si elle a été fabriquée au Canada.

En empruntant cette voie — et c'est ce que je disais à propos de la dénomination « Produit du Canada » —, prenez garde de vous retrouver avec toutes sortes de conséquences involontaires quand il sera question de la qualité de ce qu'on pourra appeler confiture, et de la quantité de fruits, de sucre, de pectine, etc., qu'elle contiendra. En ce qui concerne tous ces règlements sur les produits transformés — et il y a littéralement des milliers de règles là-dessus — si l'on commence à en toucher une partie, on tombera sur une autre.

Je ne suis pas en train de justifier cette distinction entre les prix, et je ne suis certainement pas ici pour justifier les retards indus en ce qui concerne l'enregistrement des étiquettes. Mais lorsque des représentants de l'ACIA reviendront ici, madame Skelton, demandez-leur si nous croyons qu'il est encore pertinent d'exiger l'approbation pré-commercialisation des étiquettes de pots de confiture. Si la réponse est non, plus aucun argument en faveur de cette mesure n'est valable. Cela nécessiterait un changement, mais impliquerait qu'il n'y aurait plus d'approbation des étiquettes avant la mise sur le marché. Ensuite, ce serait comme pour tous les autres produits: si l'étiquette n'était pas conforme à la loi canadienne, un concurrent ou un consommateur formulerait une plainte et l'Agence canadienne d'inspection des aliments mènerait l'enquête. Si l'étiquette n'était pas bonne, l'organisme exigerait qu'elle soit conforme.

• (1015)

L'hon. Carol Skelton: Monsieur Loney, j'aimerais poser une autre question. Vous avez exprimé une préoccupation à l'égard d'un changement du pourcentage relatif à un produit. Si nous changions la règle des 51 p. 100, cela aurait-il un impact sur votre commerce?

M. Mark Loney: C'est possible. Cela ne toucherait jamais les amélanches, car on les trouve seulement, je pense, au Canada. Mais dans d'autres cas, comme les fraises et les framboises, l'usine dont je suis le client achète elle-même tout ce qu'elle peut au Canada. Mais elle n'arrive pas toujours à avoir des baies du Canada en raison de la situation du marché, ou parce qu'elles ne sont pas disponibles.

Mon problème serait que bien souvent, ou peut-être même la plupart du temps, les framboises proviendraient du Canada mais, advenant le cas où l'usine ne pourrait les obtenir, aurais-je alors deux étiquettes? Quelqu'un dirait-il qu'il s'agit d'un produit du Canada, et un autre que ce n'est pas le cas?

Comme vous l'avez dit, la confiture canadienne est meilleure que l'américaine. L'une des choses qui la rendent bonne est le fait que je puisse inscrire « Produit du Canada » sur l'étiquette.

L'hon. Carol Skelton: Il s'agit donc d'amélanches.

M. Mark Loney: Il s'agit des bleuets.

L'hon. Carol Skelton: Mais vous commercialisez les baies d'amélanche. L'an dernier, il y a eu un gel, et nous avons eu des problèmes avec les cultures d'amélanche en Saskatchewan. Donc, vous fabriquez de la confiture d'amélanche également.

M. Mark Loney: Oui. Mais je ne m'occupe pas de la transformation.

L'hon. Carol Skelton: Non, on le fait à Southey.

M. Mark Loney: Oui.

D'après ce que j'ai cru comprendre, au-delà du sud du Minnesota, disons, on ne sait même pas ce qu'est l'amélanche. C'est donc essentiellement un produit canadien; ça l'est nécessairement.

L'hon. Carol Skelton: Vous aimeriez vraiment que l'ACIA harmonise son système d'étiquetage à celui des États-Unis afin de résoudre tous les problèmes.

M. Mark Loney: Oui. Mon opinion — et peut-être avez-vous la même — est qu'il n'est pas nécessaire d'uniformiser toutes les étiquettes du même coup. Je pense qu'une suffirait, et peut-être les gens commenceraient-ils à y songer.

Vous le savez probablement plus que moi, mais pour la vitamine C, l'apport quotidien, aux États-Unis, est de 310 milligrammes, peut-être? C'est différent. Au Canada, elle est de 300 milligrammes. Où est le problème? Qu'il s'agisse de 300 ou 310 milligrammes, il n'y a

pas de différence; car cela reste 2 p. 100. Ou on peut établir un compromis, à 305 milligrammes.

Le président: La parole est maintenant à M. Lauzon.

M. Guy Lauzon (Stormont—Dundas—South Glengarry, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Merci à tous nos témoins de leur présence aujourd'hui. C'est une conversation assez intéressante que nous avons.

L'idée, lorsque le ministre a commandé, ou lancé cette étude, était de faire en sorte que cela fonctionne pour les Canadiens, consommateurs comme producteurs. Vous savez, tout le monde ici affirme que nous avons les aliments les meilleurs et les plus sécuritaires de la planète. Je pense que nous continuons de le dire et que cela continue d'être vrai. Nous avons un système qui présente certains problèmes, des zones grises et un peu de confusion, et je pense que le ministre veut y remédier.

Monsieur Doering, vous avez parlé de solutions faciles. L'une des questions sur lesquelles je suis plus que d'accord avec vous est celle de l'appellation « Cultivé au Canada » et son utilisation volontaire. Comme je viens de le dire à quelqu'un, il y a quelques minutes, je n'arrive pas à croire que nous n'en sommes pas encore là. Je pense que l'étiquette « Cultivé au Canada » est probablement le meilleur outil de commercialisation qui soit pour les négociants. Lorsque je vais dans un supermarché — c'est très rare, mais quand ça m'arrive... ou que ma femme y va, elle recherche, j'espère, des produits faits au Canada. Parfois, en arrivant à la maison, on peut se rendre compte que le produit n'est pas réellement fabriqué au Canada, et ça devient assez contrariant. Il nous faut donc y remédier; cela ne fait aucun doute.

L'autre déclaration que vous avez faite, je crois, c'est que les choses doivent être simples; j'approuve cette affirmation.

Je m'adresse à madame Cruikshank: disons qu'on a décidé que 95 p. 100 du contenu d'un produit canadien doit provenir du Canada. Autrement dit, si vous aviez un poulet entier élevé au Canada et produit ici, on pourrait le qualifier de produit canadien. Dans le cas d'un pâté au poulet, comme vous l'avez mentionné, qui serait composé de divers ingrédients de... Il ne serait pas qualifié de produit canadien. Les gens de votre industrie seraient-ils d'accord avec ce principe, en gros?

• (1020)

Mme Jeanne Cruikshank: Je pense qu'à première vue, on est sur la bonne voie mais, encore une fois, comme M. Loney l'a fait remarquer, la situation est certainement plus complexe dans le cas d'un produit dont les ingrédients sont multiples, en raison des fournisseurs, du facteur saisonnier et de la source d'approvisionnement. Le poulet n'est peut-être pas le meilleur exemple, car il s'agit d'un produit à offre réglementée; il y a donc évidemment un produit intérieur canadien. Je crois qu'en réalité, le problème est que quand on parle de 95 p. 100, le contenu...

M. Guy Lauzon: Nous devons accorder certaines allocations pour l'assaisonnement et autres.

Mme Jeanne Cruikshank: Cela inclut-il également l'emballage?

M. Guy Lauzon: Eh bien, non.

Mme Jeanne Cruikshank: S'agit-il d'utiliser ce avec quoi nous pouvons travailler maintenant, puis d'apporter des améliorations?

M. Guy Lauzon: Pour apporter une précision là-dessus, je ne crois pas que ce critère devrait concerner l'emballage.

Mme Jeanne Cruikshank: D'accord. Je pense que nous y serions certainement plus favorables si cela concernait le contenu des aliments. Mais, encore une fois, si c'est là-dessus qu'on s'est entendu, les consommateurs doivent aussi comprendre que c'est ce dont on a convenu.

M. Guy Lauzon: Maintenant, vous le savez probablement tout autant que n'importe qui. Les gens qui vont dans vos magasins membres ne choisiraient-ils pas des produits canadiens, toutes choses étant égales, et les prix étant relativement proches? Quel pourcentage de vos clients choisiraient des produits canadiens?

Mme Jeanne Cruikshank: C'est une excellente question. En toute franchise, nous ne sommes pas certains de la réponse. Je pense que dans les sondages, absolument, les gens indiquent que c'est ce qu'ils aimeraient faire. Quant à savoir s'ils le font ou pas lorsque plein de choses se passent en même temps et qu'ils mettent 30 secondes à prendre des décisions pour leurs achats; si un emballage est attirant, ou autre considération; ou si les enfants s'en vont jouer au soccer — nous ne pouvons pas vraiment vous donner un chiffre qui reflète... On est certainement prédisposé à acheter des produits canadiens mais, honnêtement, on n'arrive pas à traduire cela en gestes concrets.

M. Guy Lauzon: Mais cela nous ramène à ce qu'ont dit MM. Doering et Miller. L'étiquetage doit être simple et fidèle au contenu. Autrement dit, si on appose une étiquette représentant l'unifolié indiquant que, disons, 95 p. 100 du produit est canadien, les consommateurs pourraient acheter ce produit sans se poser de question. Si le drapeau est là, cela signifie que le produit est canadien, et les gens l'achètent, car c'est ce qu'ils recherchent. Le produit juste à côté arborerait peut-être un drapeau américain ou une autre étiquette, mais les consommateurs pourraient rapidement faire leur choix sans réfléchir, ni regarder l'étiquette apposée à l'arrière du produit ou bien, comme Larry l'a fait remarquer, devoir lire la brochure qui vient avec la boîte. Il faut que le système soit simple et adapté aux besoins des Canadiens. Est-ce que votre organisation adopterait ce système?

Mme Jeanne Cruikshank: Je l'espère bien, et c'est ce que les Canadiens voudraient. C'est en ce sens que nous allons actuellement.

Si seulement vous alliez un peu plus souvent à l'épicerie, vous verriez ces étiquettes et seriez enclin à acheter les produits.

M. Guy Lauzon: Eh bien, ne vous en faites pas. De toute évidence, je ne souffre pas de malnutrition ni de quoi que ce soit d'autre; il y a quelqu'un qui fait l'épicerie chez nous. Mais, comme je l'ai indiqué au début, nous essayons de protéger les intérêts du consommateur canadien, ainsi que ceux des agriculteurs et des producteurs canadiens. Cette solution ne serait-elle pas à leur avantage? Ne simplifierait-elle pas l'achat des aliments?

Mme Jeanne Cruikshank: Bien sûr. Tout le monde y gagnerait. Les entreprises canadiennes s'efforcent de répondre aux besoins de la population...

M. Guy Lauzon: Merci. Je n'ai pas besoin d'en savoir plus. Si vous dites que tout le monde y gagne, alors c'est parfait.

Merci.

Le président: Bien.

Monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Merci. Je remercie également tous les témoins qui comparaissent aujourd'hui.

Ron, lorsque vous avez répondu à une question de Mme Thi Lac, vous avez dit essentiellement que les étiquettes « Produit du

Canada » n'avaient jamais été conçues pour les aliments. Voulez-vous dire que, dans notre pays, nous continuons d'utiliser des définitions de produits — ce qui, de toute évidence, est le cas — élaborés pour l'industrie et non pour les aliments?

M. Ronald Doering: Oui.

L'hon. Wayne Easter: Notre comité ne se penche pas sur la question de l'étiquetage comme telle. Mais nous en entendons beaucoup parler, et certains des témoignages que nous recueillons sont édifiants.

Il ne fait aucun doute que la solution rapide que vous proposez me plaît. Cependant, le problème, avec cette solution — et je crois que les membres du comité sont tous du même avis — c'est que nous nous essayons d'établir une définition qui décrive le produit comme tel. Lorsqu'un consommateur achète un produit du Canada, il tient pour acquis que c'est le contenu qui est canadien et non les coûts relatifs à l'emballage.

Donc, à votre avis, comment peut-on y arriver? Je comprends exactement ce que vous voulez dire. Nous pourrions y arriver rapidement en établissant un pourcentage de 80 ou de 100 p. 100. Cependant, que devrions-nous faire, selon vous, pour modifier les définitions afin de cibler expressément le contenu? Serait-ce très long et compliqué?

M. Ronald Doering: Merci.

Premièrement, des 35 000 produits que l'on retrouve dans les rayons des supermarchés, il n'y en a que quelques centaines qui posent un problème relativement à la mention « Produit du Canada ».

Attaquons-nous donc au coeur du problème. Prenons le jus, par exemple. Il existe, à distance raisonnable de la circonscription de madame, je crois, une excellente entreprise canadienne qui produit du jus de pommes. Les fabricants font tout leur possible pour utiliser des produits canadiens; cependant, en hiver, il peut leur arriver de manquer de pommes. Ils doivent avoir accès à du concentré ou à du jus provenant d'autres pays pour continuer de fournir. Nous ne voulons pas obliger une bonne entreprise canadienne de fabrication de jus à fermer ses portes. C'est pourquoi il ne faudrait pas exiger un pourcentage de 100 p. 100. De nombreux jus sont en fait issus d'un mélange de divers jus de fruits. Il n'existe pas beaucoup d'autres produits que les pommes à partir desquels on peut faire du jus. Voilà pourquoi je dis que la loi peut avoir des conséquences indésirables. Il faut faire attention.

Si l'on utilise l'indication 80 p. 100, il faut faire référence au contenu canadien; ainsi, cette bonne entreprise de fabrication de jus pourrait continuer de fabriquer un produit canadien et d'acheter des pommes canadiennes. Comme vous le savez, la plupart des pomiculteurs canadiens ont cessé leurs activités parce qu'ils ne peuvent réaliser de profits. Ce serait vraiment dommage que notre intervention ait pour effet d'acculer encore plus de producteurs à la faillite.

Disons donc que le pourcentage est de 80 p. 100. L'entreprise pourrait continuer de produire du jus de pomme et ce serait toujours un produit du Canada. Les fabricants ne veulent pas être obligés de dire que leur produit n'est pas canadien s'il doivent, en janvier, se rabattre sur des jus de pommes d'autres pays; ils se retrouveraient alors avec un produit qui ne serait guère mieux que ceux entièrement fabriqués en Chine puis expédiés ici, sans qu'aucun Canadien ne soit intervenu dans le processus.

Donc, en utilisant un pourcentage comme 80 ou 90 p. 100, nous pourrions empêcher les producteurs d'invoquer la vieille règle d'Industrie Canada pour affirmer que leur produit est canadien parce que, selon les coûts post-transformation, ils satisfont aux exigences.

• (1025)

L'hon. Wayne Easter: Le problème, Ron, c'est que l'on parle encore de pourcentage des coûts. Je ne dis pas que l'on n'est pas parfois obligé d'ajouter un autre produit. Mais le problème, particulièrement dans l'industrie de la pomiculture, c'est que nos producteurs sont aux abois. L'industrie fruitière, très vulnérable parce que seules quelques régions du Canada jouissent d'un microclimat, périclité en partie parce que nos entreprises ne sont pas compétitives. Nous ne voulons pas perdre cette base de production ni nos producteurs. Nous avons donc dû assouplir l'exigence dont vous parlez.

Je n'aime pas la définition parce qu'elle concerne les coûts. Comment peut-on en arriver à parler du vrai produit qui se retrouve dans l'emballage, la boîte ou je ne sais quoi d'autre? Que faut-il faire?

M. Ronald Doering: Si la règle stipulait que le contenu devait être à 100 p. 100 canadien...

L'hon. Wayne Easter: Peu importe si c'est 100, 80 ou 60 p. 100. Laissons de côté le pourcentage des coûts et concentrons sur le pourcentage du paquet ou du contenu total. Que faut-il faire pour définir exclusivement le contenu? On s'occupera des pourcentages en temps opportun. Mais que faudrait-il recommander pour décrire le contenu comme tel?

Nous devons peut-être procéder en deux temps. La première étape consisterait à faire ce que vous avez proposé comme solution à court terme — soit imposer un pourcentage de 80 p. 100, conformément à la règle d'Industrie Canada.

La seconde serait une solution à long terme, parce qu'il faudrait deux ans pour la mettre en oeuvre. Il faudrait peut-être recommander de préciser le contenu comme tel.

• (1030)

Le président: Je vous demanderais de répondre très brièvement.

M. Ronald Doering: L'entreprise productrice de jus dont je parle est une excellente entreprise canadienne, en activité depuis longtemps et dont le siège social se trouve au Québec. On entend par « Produit du Canada » tout produit entièrement canadien ou dont les ingrédients principaux sont à 80 p. 100 d'origine canadienne et dont tout le processus de transformation ou de fabrication ainsi que le conditionnement se font au Canada. Si l'on atteint ce seuil de contenu canadien, le produit portera l'appellation « Préparé au Canada ».

Le président: Merci.

Monsieur Storseth.

M. Brian Storseth (Westlock—St. Paul, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président. Je serais tenté de partager mon temps avec M. Easter. On dit que quatre ou cinq ans, c'est long; mais il lui aura fallu 13 ans pour enfin commencer à régler certaines questions.

Monsieur Doering, beaucoup de ce qui s'est dit aujourd'hui m'a intéressé.

Monsieur Loney, nous sommes vraiment désolés de tous les déboires que vous avez subis. Il semble que nous nous dirigeons vers un étiquetage conforme aux exigences de l'ALENA, ce qui réglerait bien des choses.

Si nous adoptons l'étiquetage de l'ALENA, pensez-vous que ce serait l'une des solutions idéales au problème que vous éprouvez?

M. Mark Loney: Selon moi, on pourrait simplement laisser le gouvernement du Canada s'occuper du tableau de la valeur nutritive. Je crois que les États-Unis s'approprient à la faire et que le Mexique a déjà mis cette mesure en oeuvre. C'est faisable. On pourrait simplement copier et coller...

Lors de l'analyse en laboratoire, je sais que le produit contient 60 calories et aucun gras. Laissons les fonctionnaires se charger d'inclure ces renseignements dans le tableau. Qu'ai-je à faire de entêtes, des polices de caractère ou de tous ces trucs?

Ce système est conçu pour les grandes entreprises, pas les petites.

M. Ronald Doering: Cette histoire de petites et de grandes entreprises est vraiment compliquée. Il faudrait accorder toute une séance à la question. Mais selon moi, mieux vaut ne pas compter sur l'harmonisation, car ce n'est pas pour demain. Après cinq ans comme président de l'agence d'inspection des aliments, je peux vous dire que pour les Américains, l'harmonisation consiste à adopter leur façon de faire. Ils n'ont aucun intérêt à changer leur méthode d'étiquetage pour faire plaisir aux Canadiens, autant se faire à l'idée.

L'harmonisation, ce n'est pas pour bientôt, point à la ligne.

M. Mark Loney: Mais alors, comment se fait-il qu'on me laisse utiliser le français et les volumes métriques? La seule chose qui embête l'ACIA, ce sont les 20 grammes.

M. Ronald Doering: C'est parce qu'aux États-Unis, il n'est pas nécessaire de faire approuver ces renseignements avant la mise en marché. La solution est facile; c'est l'analyse qui est compliquée.

M. Mark Loney: Mais la FDA prend des échantillons de ce produit. Elle l'a fait à deux reprises et déclaré qu'il était à 100 p. 100 conforme; elle l'a donc approuvé, n'est-ce pas? Je crois qu'il faudrait s'adresser à l'organisme. C'est une employée des bureaux de la FDA à Minneapolis qui a dit que nous pouvions mettre tous les textes en français que nous voulions.

Le président: Je vous rappelle que c'est le temps alloué à M. Storseth.

M. Brian Storseth: Monsieur Doering, je suis d'accord avec vous lorsque vous dites que nous n'avons pas besoin de plus de lois et de règlements pour compliquer encore les choses. Tout changement a des conséquences indésirables. C'est pourquoi il faut quatre ou cinq ans pour réussir quelque chose, parce qu'on essaie de prévoir autant de conséquences non voulues que possible. Je crois qu'il faut simplifier les choses.

Nous avons entendu de nombreux témoins, de l'industrie et d'ailleurs, nous dire à maintes reprises qu'il faut travailler avec ce que nous avons déjà. Avec l'indication « Produit du Canada », nous disposons d'une marque. Comme vous l'avez fait remarquer, il faudra peut-être en modifier certains aspects, que ce soit le pourcentage de 80 ou de 70 p. 100 ou autre chose. C'est la façon la plus rapide d'arriver à un résultat.

J'aimerais revenir à cette histoire de « Cultivé au Canada ». J'ai été un peu étonné. C'est la première fois que nous en entendons vraiment parler, mais ce que vous dites est parfaitement logique. Vous pouvez utiliser cette indication dès maintenant si vous le voulez. Rien ne vous en empêche, dans la mesure où les renseignements sont véridiques.

Croyez-vous vraiment que le gouvernement doit intervenir davantage dans le débat sur les mentions « Cultivé au Canada » et « Produit du Canada »?

M. Ronald Doering: Absolument pas. En fait, j'ai lu le témoignage de la Fédération canadienne de l'agriculture. Elle semble dire qu'on ne devrait pas toucher à l'appellation « Produit du Canada » et ajouter plutôt « Aliment du Canada », et elle demande du financement à Agriculture et Agroalimentaire Canada. C'est ce que j'ai compris. Je ne critique personne, mais prenons l'exemple du Syndicat national des cultivateurs. On a adopté une résolution favorisant l'utilisation de l'appellation « Aliment du Canada ». C'est ce qu'on a recommandé au syndicat, pas au gouvernement du Canada.

L'étiquette « Ontario, terre nourricière » n'est pas réglementée par le gouvernement provincial. C'est l'industrie qui s'est mise d'accord sur une façon de promouvoir les produits ontariens.

Toutefois, ça pose un problème avec des aliments comme la viande, en raison des fournisseurs locaux. Ce produit ne peut franchir les frontières provinciales ni canadienne sans être enregistré au niveau fédéral; par conséquent, il faut respecter un manuel de procédures de centaines de pages. C'est pourquoi un producteur au Sud de Saskatoon ne peut vendre sa viande dans les supermarchés de la ville. Il y a cependant une bonne raison à cela. Comme vous le savez probablement, on n'inspecte pas la viande dans cette province. On peut élever un animal, l'abattre et le vendre sans que le gouvernement ne s'en mêle. L'Ontario n'est pas d'accord, et refuse que de la viande non inspectée de Saskatchewan soit vendue en Ontario. C'est une toute autre histoire. Il ne faut pas tout confondre.

● (1035)

M. Brian Storseth: Effectivement.

Merci.

Le président: Merci. Vous n'avez plus de temps.

Monsieur Steckle, à vous la parole.

M. Paul Steckle (Huron—Bruce, Lib.): Merci beaucoup. Je vais malheureusement devoir m'en aller, parce que nous recevons beaucoup d'étudiants ces jours-ci à Ottawa, et ils sont très importants aux yeux des députés.

J'ai trouvé vos déclarations très intéressantes pour la plupart, mais j'ai particulièrement aimé les commentaires de M. Doering. J'approuve pratiquement tout ce que vous avez dit. Je suis certain que nos opinions pourraient diverger sur certains points, mais dans l'ensemble, votre position correspond exactement à ce que nous devons faire — trouver une solution le plus rapidement possible en réduisant au minimum la paperasse administrative.

Je sais que l'étiquetage est important, surtout en ces temps difficiles pour le secteur agricole, qui connaît peut-être même la pire conjoncture de son histoire, particulièrement en ce qui concerne l'industrie de la viande rouge. Nous savons comment les Canadiens réagiront. Ils ont exprimé leur confiance à l'égard de la salubrité de notre chaîne d'approvisionnement alimentaire pendant la crise de l'ESB. Vous ne pouvez imaginer quelle a été notre satisfaction lorsque la population a réclamé du boeuf canadien au cours de cette période.

Je crois qu'il faut agir promptement. Il nous faut une nouvelle marque distinctive qui souligne la salubrité de nos aliments grâce à l'ACIA, l'ARLA, Santé Canada et Agriculture Canada. Tous ces organismes fournissent des garanties aux Canadiens, qui s'y fient. S'ils savent qu'un produit est canadien, ils l'achèteront. Nous avons besoin d'une image de marque, et c'est là que le gouvernement entre

en scène. On doit convaincre la population et promouvoir le Canada, comme certaines provinces et régions l'ont déjà fait.

J'aimerais savoir ce que vous pensez tous de l'idée d'une marque canadienne. Je ne sais même pas si nous devrions modifier le seuil de 51 p. 100. Au bout du compte, cela ne change pas grand chose si l'on conserve l'étiquette « Produit du Canada ». Il faudrait toutefois informer les Canadiens que cela ne signifie pas nécessairement que le produit vient entièrement du Canada. Nous savons que le mieux que nous puissions faire, c'est de nous entendre sur une appellation. La solution la plus rapide consiste à suivre vos conseils, ne pas toucher au règlement et apporter ces changements le plus tôt possible.

J'aimerais savoir si vous êtes tous d'accord. Jeanne, je sais que vous faites de la commercialisation à un niveau différent. Monsieur Loney, je comprends ce que vous avez dû endurer. On constate la même chose à l'ARLA et dans de nombreux autres secteurs.

J'ai terminé mes commentaires et vous laisse la parole. Prenez le temps qu'il reste. Il nous faut une orientation rapidement pour pouvoir aller de l'avant. M. Doering et moi-même nous connaissons depuis 12 ans et peut-être même plus. Je ne resterai pas une autre décennie, et j'aimerais bien voir les choses bouger avant mon départ.

Monsieur Loney.

M. Mark Loney: Plus on peut afficher nos couleurs sur nos produits, mieux c'est. Même si la transformation ne représente que 60 p. 100, on devrait pouvoir utiliser l'appellation « Produit du Canada ». C'est ainsi qu'on peut promouvoir notre pays. Même à 51 p. 100... laissons les choses telles quelles. En même temps, on peut apposer l'étiquette « Aliment du Canada » pour qu'on sache d'où vient le produit. En effet, si on veut aller encore plus loin, on peut utiliser cette appellation ou même afficher le drapeau du pays, pour montrer que le produit est vraiment canadien. On peut ensuite faire de la promotion et indiquer aux Canadiens quelle est la différence entre « Produit du Canada » et les autres étiquettes. Je crois que Ron a mis en plein dans le mille, et je suis tout à fait d'accord.

● (1040)

Mme Jeanne Cruikshank: Moi aussi. Toutefois, l'essentiel est de sensibiliser les consommateurs. Il est important que ce que nous considérons être la meilleure solution en matière de commercialisation et d'image de marque soit perçu comme tel par les consommateurs. Notre industrie doit fournir aux Canadiens ce qu'ils désirent. Nous pensons qu'ils veulent des produits canadiens, nous devons donc nous assurer qu'ils comprennent ce que cela signifie. Je crois qu'il est essentiel de sensibiliser les consommateurs.

M. Ronald Doering: Monsieur Steckle, j'ai déjà parlé d'un processus facile en deux étapes. Premièrement, je relèverais la barre des 51 p. 100 afin d'éliminer les cas les plus flagrants, par exemple le fameux pot d'ail. Si le seuil était de 80 p. 100, ce serait plus difficile.

L'exemple du poisson en était un bon. Celui pêché dans les eaux internationales, désossé en Chine et importé au Canada, où on assume les principaux coûts de production, devrait tout de même être considéré comme un « Produit du Canada », et non d'ailleurs.

La deuxième étape consiste à encourager les producteurs canadiens à participer. Comme je l'ai déjà dit, il faut se lancer.

Le président: Je suis désolé, mais je crois que vous n'avez plus de temps.

Avant de laisser la parole à M. Miller, j'aimerais vous poser une question. Si nos témoins connaissent le projet de loi C-51, ils sauraient que les amendements apportés à l'article 5 de la Loi sur les aliments et drogues portent sur l'exactitude de l'étiquetage, plus particulièrement en ce qui a trait aux aliments et à leur origine.

Pourriez-vous nous parler encore un peu des conséquences imprévues pour l'industrie, monsieur Doering? Je crois que Mme Cruikshank voudrait également s'exprimer.

Monsieur Doering.

M. Ronald Doering: Je voudrais seulement préciser que j'ai effectué différentes analyses des coûts pour plus d'un client. Le prochain article de « Food in Canada » portera d'ailleurs sur ce sujet.

Tout ce qu'on a fait, c'est simplifier un peu l'article 5 et ajouter la notion d'importation, rendant ainsi cette activité beaucoup plus difficile. Un fardeau plus lourd pèsera sur les entreprises, parce que l'importation d'aliments mal étiquetés est maintenant un crime. Les sociétés vont donc être beaucoup plus prudentes, et d'ailleurs la plupart le sont déjà. Dans nombre de celles que je représente, par exemple, des gens s'occupent de déterminer d'où proviennent les 32 ingrédients d'une pizza congelée et d'obtenir une garantie des fournisseurs. C'est ce qui se fait dans le système pour assurer la traçabilité. Le projet de loi C-51 ne va pas changer grand-chose, sauf peut-être pour les importateurs.

Le président: Madame Cruikshank.

Mme Jeanne Cruikshank: Je laisse la parole à M. Leblanc.

M. Bernard Leblanc: Je suis d'accord avec M. Doering. Les changements proposés rendaient plus strictes les règles à l'importation, mais le règlement s'appliquerait toujours de la même manière aux produits canadiens et nous permettrait de surveiller les aliments dont l'étiquetage serait trompeur.

Le président: On parle du pays d'origine, mais je pense que ce que la plupart des témoins nous ont dit, c'est qu'ils veulent savoir ce qui est canadien, pas nécessairement d'où proviennent tous les ingrédients. D'abord, ils veulent savoir si un produit est fait ou préparé au Canada; ensuite, si la plus grande part de son contenu est canadien ou respecte les critères de l'étiquette « Aliment du Canada », apposée volontairement.

Si le comité décide d'imposer un seuil de contenu canadien de plus de 50 p. 100, ou même de 75 ou 80 p. 100, faudra-t-il apporter certains changements réglementaires ou suffira-t-il d'adopter une directive?

M. Ronald Doering: Vous n'avez pas besoin de nouveaux règlements.

Le président: Pour changer le contenu?

M. Ronald Doering: Oui.

Le président: D'accord, c'est parfait.

Monsieur Loney.

M. Mark Loney: J'aimerais faire une brève observation.

En me promenant hier soir, je me suis arrêté au magasin irlandais, qui vend des aliments ne respectant pas les règles. Je me demande donc quelles pourraient être les répercussions de ce projet de loi sur les petits magasins de ce genre et les petites entreprises comme la mienne, qui importe du ketchup fait au Canada mais étiqueté aux États-Unis. Je change l'étiquette, mais est-ce que ça m'attirera des ennuis, désormais? Est-ce que le petit magasin qui vend du thé irlandais ne respectant pas les règles d'étiquetage en ce qui concerne le français ou le tableau nutritionnel ne sera plus autorisé à le faire?

Le président: C'est une question qu'il faudra poser aux fonctionnaires jeudi.

Je crois que M. Leblanc avait également un commentaire à formuler, n'est-ce pas?

M. Bernard Leblanc: Vous avez parlé des aliments produits ou préparés au Canada, mais lorsque nous avons proposé un système à deux volets, nous faisons référence aux produits entièrement canadiens. Dans ce cas, nous sommes d'accord sur le fait que tous les ingrédients doivent provenir du Canada. Mais lorsqu'il est question des produits à 70 ou 80 p. 100 canadiens — selon ce qui serait décidé —, si on continue à utiliser l'appellation « Produit du Canada », je crois qu'il faudra beaucoup mieux renseigner les consommateurs. Est-ce que ceux-ci vont continuer à acheter des produits portant cette étiquette? Comment pourront-ils distinguer ces derniers des produits entièrement canadiens? Est-ce qu'il faudrait une étiquette « Préparé au Canada » ou « Transformé au Canada »? Il faut garder à l'esprit toutes les options terminologiques pour identifier les produits qui sont préparés au Canada à partir d'ingrédients canadiens et importés.

● (1045)

Le président: Les résultats des sondages effectués par d'autres organisations laissent entendre que lorsque les consommateurs voient l'étiquette « Produit du Canada », ils s'attendent à ce que l'aliment soit presque entièrement canadien, et non pas que 51 p. 100 des coûts aient été engagés ici, comme c'est le cas maintenant. On interprète déjà mal les règles actuelles.

M. Bernard Leblanc: J'ai lu les témoignages du comité, et je ne sais pas qui a mené ce sondage. Je crois qu'on a dit — Mme Cruikshank l'a fait plus tôt — qu'il faut définir exactement quelle est la perception des Canadiens et déterminer s'il est nécessaire d'effectuer un sondage avant de poursuivre. Si on crée un comité pour trouver une solution en matière d'étiquetage au Canada, il faut savoir comment les Canadiens interprètent les différentes appellations. Je ne crois pas que nous disposions d'un véritable sondage révélant ce que pensent les Canadiens.

Le président: Si le but est de sensibiliser les consommateurs, quelles sont vos recommandations? Est-ce qu'on devrait faire de la promotion et donner de l'information aux points de vente ou dans les médias? Quelle serait la méthode la plus efficace?

M. Bernard Leblanc: Il faudrait toutes les utiliser.

Mme Jeanne Cruikshank: Il nous faut agir à tous ces niveaux, mais je crois que nous devons nous donner une bonne base de départ. Comme vous le dites si bien, nous croyons qu'il y a un problème de compréhension. Il nous faut vraiment déterminer quelle est la perception courante et voir ce qu'il convient de faire. Que ce soit au point de vente, via Internet ou par le truchement des médias, toutes ces formes de publicité rejoignent le consommateur d'une manière ou d'une autre. Nous avons besoin d'une campagne globale de sensibilisation pour transmettre au consommateur l'information dont il a besoin pour bien comprendre la situation.

Le président: Merci.

Monsieur Miller.

M. Larry Miller: Merci, monsieur le président.

M. Bezan nous a ramenés tout à l'heure à la véritable question à l'étude. Contrairement à ce que vous avez indiqué au départ, madame Cruikshank, cela ne concerne pas le pays d'origine; c'est plutôt une question d'identification du contenu canadien et des produits canadiens, notamment. C'est ce que le consommateur veut savoir.

Si j'ai pu constater une chose aujourd'hui, c'est bien le consensus qui se dégage parmi les consommateurs quant à la nécessité d'apporter des changements. Il va de soi que cela devra se faire à l'extrémité agricole du spectre, celle dont je tire mes origines. Je crois également que tous les membres du comité conviennent qu'il nous faut procéder à certains ajustements. Je ne suis pas convaincu que nos témoins estiment tous qu'un changement est vraiment souhaitable.

Par ailleurs, j'ai pu noter que toutes les personnes ici présentes aujourd'hui sont d'avis que, quels que soient les changements apportés — et je crois qu'ils sont inévitables — ils se doivent d'être simples. J'abonde dans le même sens. M. Storseth a parlé de la participation du gouvernement et de la grande confusion qui en découlait. Pour compliquer encore davantage la situation, à toutes les quinze semaines ou à tous les mois, un député dépose à la Chambre des communes un projet de loi d'initiative parlementaire sur l'étiquetage. Nous examinons actuellement l'un de ces projets de loi qui porte sur les aliments génétiquement modifiés. C'est source de complications et de coûts additionnels.

En fin de compte, le consommateur veut surtout en savoir davantage au sujet du contenu canadien de manière à pouvoir faire un choix éclairé à cet égard. Je crois que c'est ce qui importe.

Pour ce qui est de la simplicité, M. Doering nous a parlé de 80 ou 51 p. 100. M. Bezan et M. Easter ont vraiment touché le cœur du sujet. Il ne faut plus que l'emballage soit inclus dans le coût. Selon moi, il doit y avoir un minimum de 51 p. 100 de contenu canadien; tout ce qui est inférieur à cela vous place en situation minoritaire. Je pense que le consommateur veut savoir que tout au moins la plus grande partie du contenu, si ce n'est la totalité (ce qui est encore mieux) est canadien.

Bref, comment pouvons-nous simplifier le tout? Conservons-nous la désignation « Produit du Canada » dans sa forme actuelle, pour changer uniquement les critères d'inclusion dans cette catégorie en gardant les choses simples?

Monsieur Doering.

M. Ronald Doering: Si j'étais à votre place, je choisirais 80 p. 100. On s'assurerait ainsi d'au moins 80 p. 100 de contenu canadien, tout en laissant aux entreprises canadiennes la marge de manœuvre nécessaire pour s'approvisionner à d'autres sources en continuant

d'offrir un produit du Canada. Elles n'auraient pas à renoncer totalement à cette désignation.

Il y a aussi un problème avec la perception voulant que les consommateurs en sachent beaucoup plus qu'auparavant. J'ai grandi sur une ferme et je me suis rendu compte en parlant à un client l'autre jour que bien des gens n'ont vraiment aucune idée de la provenance de ce qu'ils mangent. La plupart des gens sont urbanisés à un point tel qu'ils en savent probablement beaucoup moins que nous au sujet des aliments qu'ils consomment. Il faut bien sûr aussi noter que la plupart des consommateurs sont incapables de lire quelque contenu scientifique que ce soit. On pourrait compter sur les doigts d'une seule main le nombre de gens qui peuvent vraiment comprendre ces étiquettes. Nous sommes donc confrontés à un important problème de communication.

•(1050)

M. Larry Miller: Je ne veux pas débattre de la pertinence d'un seuil à 80 p. 100, mais je vais me faire l'avocat du diable. Si 51 p. 100 était le chiffre magique, un produit pourrait être à 49 p. 100 canadien — ou même à 70 p. 100 si le minimum est fixé à 80 p. 100 — sans toutefois répondre aux critères. Si on met la barre aussi haute, ce à quoi je ne m'oppose pas en principe, certains producteurs canadiens pourraient en souffrir.

Avez-vous des observations à formuler au sujet de cet aspect?

M. Ronald Doering: Je crois qu'il y a malentendu. Un produit pourrait avoir seulement 1 p. 100 de contenu canadien et être tout de même considéré comme un produit du Canada pour autant que le coût de sa mise en marché dépasse le seuil de 51 p. 100. C'est la raison pour laquelle je juge préférable d'exiger une certaine proportion de contenu canadien, que l'on pourrait fixer à 80 p. 100 ou à un autre niveau, relativement aux coûts de production.

M. Larry Miller: Alors votre 80 p. 100 inclut les coûts, y compris celui de l'emballage?

M. Ronald Doering: Qu'est-ce que comprends la proportion actuelle de 51 p. 100. C'est le coût de production.

M. Larry Miller: Je suis tout à fait contre. Je ne crois pas que les coûts de fabrication ou l'emballage devraient...

M. Ronald Doering: C'est la raison pour laquelle vous devriez hausser le seuil. L'objectif est atteint en augmentant le minimum.

M. Larry Miller: Je croyais que vous vouliez un contenu à 80 p. 100 canadien; mais voilà que vous dites que ce 80 p. 100 comprend les coûts d'emballage et les coûts de transformation. Est-ce que je vous comprends bien?

M. Ronald Doering: Tout produit entièrement canadien, dont les ingrédients sont à 80 p. 100 d'origine canadienne, pour lequel toutes les activités de transformation, de fabrication et de conditionnement ont été effectuées au Canada devrait être désigné « produit du Canada ». C'est la norme qu'utilise cette entreprise qui offre son jus canadien de qualité supérieure. Selon moi, si cela était intégré aux directives d'Industrie Canada ainsi qu'au Guide d'étiquetage et de publicité sur les aliments de l'ACIA, vous auriez la norme que vous désirez. Vous vous débarrasseriez ainsi des problèmes les plus manifestes. Vous élimineriez les cas qui incitent les gens à juger la situation outrageante.

Le président: Merci, monsieur Miller. Vous n'avez plus de temps.

Monsieur Bellavance, madame Thi Lac, avez-vous des questions supplémentaires?

[Français]

M. André Bellavance: Merci beaucoup.

Je voulais revenir sur quelques déclarations que vous avez faites, madame Cruikshank. Vous parliez tout à l'heure de la confusion qui avait peut-être eu cours durant les témoignages devant le comité. On en est peut-être un peu responsables. J'ai parlé de l'innocuité des aliments. Au sujet de la discussion actuelle sur des étiquettes portant la mention « Produit du Canada », vous dites qu'il faut faire une distinction et que cela n'assure pas l'innocuité, la salubrité et la sécurité alimentaires.

Cependant, comme M. Bezan l'a mentionné, des projets de loi sont en cours. Nous allons les étudier bientôt en comité. Ce sont les projets C-51 et C-52. Je ne sais pas par quel comité ils seront étudiés, celui de l'agriculture ou celui de la santé, mais peu importe.

Voici la raison pour laquelle on faisait ce lien et pour laquelle j'ai dit que j'étais coupable de l'avoir fait aussi. Il faut comprendre que depuis trois ans, il y a eu une bonne cinquantaine de rappels d'aliments commandés par l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Qu'on le veuille ou non, quand on vérifie d'où proviennent les aliments dans le cas de rappels concernant la salubrité ou la salmonelle, c'est qu'on a trouvé toutes sortes de bactéries. On a même trouvé du verre ou du métal dans des aliments. Il y a eu du poivre noir, qui venait du Pakistan, du cantaloup du Honduras, des épinards des États-Unis. Pour le consommateur, il est évident que lorsque c'est inscrit « Produit du Canada », ça lui procure une certaine sécurité. On comprend que ce n'est pas une garantie à 100 p. 100 qu'il n'y aura pas de problème. Pour le consommateur, du moins pour moi, quand je vois un produit qui vient de chez nous, en conserve ou frais, j'ai déjà une assurance que c'est un bon produit, dans lequel je peux avoir confiance.

[Traduction]

Mme Jeanne Cruikshank: Je vais laisser M. Leblanc vous répondre à ce sujet, mais je peux certainement vous dire que la salmonella et les pathogènes semblables n'ont malheureusement pas de passeport; le Canada n'est donc pas à l'abri et c'est une situation avec laquelle notre industrie de l'alimentation au détail doit composer.

Je peux vous assurer que le Conseil canadien des distributeurs en alimentation s'occupe de la question. Nous sommes les premiers avisés par Santé Canada lorsqu'il y a des rappels d'aliments. Il y a beaucoup de ces rappels pour toute une variété de raisons. Je crois que les consommateurs canadiens, comme nous le comprenons tous, constatent que notre système est l'un des meilleurs pour assurer la sécurité des aliments...

Mais nous avons également un appétit planétaire, ce qui fait que lorsqu'un produit n'est pas cultivé au Canada en saison, nous nous approvisionnons ailleurs. Alors, il s'agit d'abord et avant tout de faire la distinction entre qualité — laquelle nous sommes sans aucun doute capable de produire au Canada — et sécurité. C'est tout le concept de la sécurité alimentaire. Nous croyons certes que le Canada nous offre des garanties additionnelles à ce chapitre, mais nous demeurons toujours vigilants dans ce dossier.

Bernie, vous voulez ajouter quelque chose?

• (1055)

[Français]

M. Bernard Leblanc: Non, je pense que tu l'as dit.

On ne peut pas nier que des consommateurs, lorsqu'ils magasinent, auront une grande confiance dans les produits canadiens et penseront peut-être que les produits importés sont de moindre qualité.

Vous avez parlé du nombre de rappels. Si on considère le nombre de rappels de produits importés et de produits canadiens, il y a peut-être des raisons pour lesquelles c'est souvent le fait de produits importés. Souvent, le même rappel est répété, six mois plus tard, pour le même produit provenant du même pays. Je pense qu'il n'y a peut-être pas assez de conséquences — ce n'est peut-être pas pour discuter de cela que nous sommes ici aujourd'hui — en ce qui concerne les produits importés qui ne respectent pas nos normes, qui font l'objet de rappels. C'est peut-être parce que les conséquences ne sont pas assez grandes.

M. André Bellavance: Les projets de loi dont on parlait tout à l'heure vont peut-être combler cette lacune. De toute façon, on va examiner cela de près afin de s'assurer que ce soit fait.

Afin de rassurer la population concernant la sécurité alimentaire et l'innocuité des aliments, seriez-vous d'accord pour qu'il y ait des normes réciproques, c'est-à-dire que si un produit est interdit ici, par exemple des pesticides ou herbicides pour faire pousser les aliments, on ne devrait pas le retrouver sur les tablettes de nos épiceries dans des produits venus d'ailleurs. Par exemple, si les Américains ont choisi d'utiliser telle ou telle sorte de pesticide interdit ici, pourquoi retrouverait-on chez nous des produits qui ont été traités avec ce même pesticide? Il s'agit d'un problème qu'on expose constamment à l'agence, mais il semble que ce soit très compliqué de faire en sorte qu'il y ait des normes strictes à cet égard. On ne ferme pas nos frontières, mais si certains produits sont interdits ici et qu'ils sont utilisés ailleurs, c'est bien dommage, mais les pays qui les utilisent devront se conformer à nos normes pour pouvoir envoyer leurs aliments ici, s'ils souhaitent continuer à le faire.

En tant qu'organisation, êtes-vous d'accord sur cette façon de faire?

M. Bernard Leblanc: Je pense que nous sommes d'accord avec vous. Si ce n'est pas acceptable au Canada, il faut que nous soyons sur un même pied d'égalité. Les consommateurs ne sont pas en mesure de faire la distinction entre des produits qui contiennent ou non certaines substances. Les consommateurs ont le droit d'être assurés qu'un produit est conforme à nos normes.

[Traduction]

Le président: Merci. Vous n'avez plus de temps.

Monsieur Atamanenko, vous pouvez poser une brève question.

M. Alex Atamanenko: Ce sera très court. Nous avons discuté des trois appellations « Préparé au Canada », « Produit du Canada » et « Cultivé au Canada ». Si j'ai bien compris ce que vous nous disiez, monsieur Doering, en conservant la désignation « Produit du Canada », il suffirait que tous les coûts et 80 p. 100 des ingrédients soient canadiens.

Il y a aussi la possibilité de ne rien changer quant à l'appellation « Produit du Canada » pour ajouter une indication « Cultivé au Canada », ce qui permettrait de s'assurer du contenu canadien. Je ne sais pas si cela est possible d'un point de vue pratique, mais disons par exemple qu'un pomiculteur décide tout à coup de produire du jus à partir de pommes canadiennes. Nous pourrions alors apposer l'étiquette « Cultivé au Canada ». Lorsque le producteur n'a plus de pommes canadiennes, il se tourne vers d'autres sources. Les boîtes de jus produites par la suite ne porteront plus la mention « Cultivé au Canada »; il faudrait seulement changer l'étiquette.

Serait-il possible de prendre des dispositions semblables et de mener une grande campagne de promotion à ce sujet. Oublions les sondages et indiquons simplement aux gens que si un produit est cultivé au Canada, il y aura une indication en ce sens en grosses lettres rouges ou au moyen de deux petits drapeaux. Est-ce que cela réglerait le problème dont nous parlons aujourd'hui?

Avez-vous de commentaires?

Mme Jeanne Cruikshank: La désignation « Cultivé au Canada » se limite probablement aux fruits et aux légumes frais, à la rigueur au bétail. C'est la raison pour laquelle nous avons proposé « Fabriqué au Canada » et « 100 p. 100 canadien ». Il faut qu'il y ait trois critères différents pour distinguer les catégories.

Le président: Un grand merci d'avoir participé à notre réunion d'aujourd'hui. Nous vous sommes vraiment reconnaissants pour vos témoignages. Ils vont nous éclairer dans la production de notre

rapport final à la Chambre des communes et au gouvernement. Nous approchons de la fin de ce processus. Nous recevrons jeudi les représentants du gouvernement qui reviendront pour discuter de la contribution des autres témoins. Votre apport est vraiment apprécié.

Quelqu'un veut proposer la levée de la séance?

● (1100)

M. Larry Miller: Monsieur le président, je voulais seulement préciser que cette séance a été l'une des plus instructives de toutes celles que nous avons tenues, et je voulais seulement en remercier nos témoins.

Le président: Merci, monsieur Miller.

Mme Skelton propose la levée de la séance.

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.