



Chambre des communes  
CANADA

## Comité permanent du commerce international

---

CIIT • NUMÉRO 013 • 2<sup>e</sup> SESSION • 40<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le jeudi 2 avril 2009**

**Président**

M. Lee Richardson

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

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

## Comité permanent du commerce international

Le jeudi 2 avril 2009

•(0905)

[Traduction]

**Le président (M. Lee Richardson (Calgary-Centre, PCC)):** Je pense que je vais commencer. Quelques intervenants importants ne sont pas encore arrivés, mais nous allons commencer parce que nos témoins sont prêts. Nous sommes ravis de les accueillir aujourd'hui. Il s'agit de la 13<sup>e</sup> séance du Comité permanent du commerce international.

Dans le cadre de notre étude sur les relations commerciales canado-américaines, je suis heureux d'accueillir de nouveau nos amis de la Canadian Cattlemen's Association — M. John Masswohl, qui a déjà comparu devant notre comité, et M. Dennis Laycraft; bienvenue, Dennis.

Nous recevons également M. Ted Haney, de la Fédération canadienne des exportateurs de boeuf, qui vient lui aussi de l'Alberta.

Enfin, du Conseil canadien du porc, nous accueillons MM. Jurgen Preugschas et Martin Rice, qui en est le directeur exécutif.

Merci d'être des nôtres.

Je pense que vous connaissez tous la formule. Nous allons commencer par des déclarations préliminaires. Comme je n'ai pas eu l'occasion de vous parler, vous pourriez peut-être me donner une idée de ce qui nous attend. Allons-nous avoir droit à trois exposés aujourd'hui? D'accord.

Je suppose donc que Dennis, Ted et Jurgen vont chacun faire de brèves déclarations préliminaires, c'est-à-dire pas plus de 10 minutes, si possible. Nous passerons ensuite aux questions des membres du comité.

Je vais peut-être commencer par céder la parole à Jurgen, du Conseil canadien du porc.

**M. Jurgen Preugschas (président, Conseil canadien du porc):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vous remercie de me donner l'occasion de comparaître devant le Comité du commerce international.

Comme vous le savez bien, les producteurs de porcs du Canada connaissent encore des pertes sans précédent au sein de leurs exploitations. La crise porcine en est à sa troisième année, et les producteurs se débattent encore pour tenter de surmonter la série de bouleversements qui accablent leur secteur tous les mois, semble-t-il. La crise a d'abord été déclenchée par le taux de change de l'argent canadien qui s'est mis à grimper en flèche ainsi que par la hausse du prix des moulées, puis ces problèmes se sont estompés. Malheureusement, ils ont été remplacés par une crise économique mondiale qui réduit l'accès au crédit ainsi que par le règlement américain sur l'étiquetage obligatoire du pays d'origine, le COOL.

Puisque notre secteur est largement dépendant des exportations — en fait, deux porcs sur trois produits au Canada sont exportés soit

vivants, soit sous forme de viande —, il est entièrement vulnérable aux perturbations qui se produisent à l'échelle internationale. Nous faisons face à de sérieux défis en ce qui a trait à notre capacité d'être concurrentiels sur le marché mondial et nous ne devons pas perdre de vue les intérêts à long terme du secteur porcin canadien. L'économie mondiale poursuivra son évolution et nous ne pouvons pas nous permettre de ménager quelques efforts que ce soit pour étendre notre accès au marché. À court terme, nous vous incitons à veiller à ce que la Société pour l'expansion des exportations mette en place les outils permettant d'assurer la disponibilité des lignes de crédit qui sont nécessaires aux exportateurs qui visent des marchés émergents.

Partout dans le monde, le secteur porcin canadien jouit d'une solide réputation grâce à la qualité supérieure de ses produits et à la situation zoonositaire de son cheptel. En 2005, par exemple, le Canada a établi de nouveaux records d'exportations de porc en expédiant, pour la première fois, plus d'un million de tonnes de porc dans plus de 100 pays, partout dans le monde, pour des ventes d'une valeur dépassant les 2,8 milliards de dollars. Selon une étude menée par le George Morris Centre, les exportations de porc, à elles-seules, maintiennent environ 42 000 emplois et génèrent 7,7 milliards de dollars en activité économique au Canada. En 2008, la valeur des exportations était de 2,7 milliards de dollars.

Dans la crise économique d'aujourd'hui, je pense qu'il faut se rappeler que nous voulons protéger ces emplois au pays. Et puisque la production de porcs et de porcs se retrouve dans chacune des provinces du pays, l'importante contribution de notre secteur à l'économie et à la population active canadienne est indéniable.

Il faut souligner que la création du Secrétariat à l'accès aux marchés pour les éleveurs de bétail est un pas dans la bonne direction, mais il est nécessaire que le gouvernement finance adéquatement le secrétariat, qu'il explore de façon dynamique des débouchés et qu'il aide notre secteur à élaborer des mesures pour accroître les exportations vers d'autres marchés.

À cause des bouleversements, nous réduisons la production au Canada. Le nombre d'exploitations agricoles qui déclarent produire des porcs continue à diminuer, et les baisses des deux dernières années sont marquées. En effet, il y a maintenant 28 p. 100 moins de fermes porcines qu'en 2006. Les stocks de porcs sont en baisse de 18 p. 100 par rapport à janvier 2006.

Nous souhaitons aujourd'hui rappeler aux membres du comité que, bien que nous tentions de rester optimistes sur le potentiel à long terme de l'industrie canadienne du porc, il est de plus en plus difficile de nous préparer aux bouleversements qui continuent de nous secouer et de les gérer, le plus récent et le plus urgent étant le COOL.

Les nombreuses associations qui représentent les éleveurs et les transformateurs de viande, ainsi que les gouvernements, qui étaient concernés par le règlement sur l'étiquetage obligatoire du pays d'origine depuis son entrée en vigueur en 2002, ont reçu des nouvelles très décevantes, le 20 février dernier. Bien que le secrétaire américain à l'Agriculture, Tom Vilsack, ait annoncé qu'il n'ouvrirait pas de nouveau la règle définitive publiée sous l'administration Bush en janvier, il demande ce qui suit aux transformateurs américains: premièrement, « préciser volontairement le pays correspondant à chaque stade de production lorsqu'il y a plus d'un pays qui est mentionné sur l'étiquette »; deuxièmement, étendre l'application de l'étiquetage obligatoire aux produits transformés, c'est-à-dire à ceux qui font l'objet de salaison, de cuisson, de fumage, etc.; et troisièmement, réduire la durée de conservation des stocks de viande hachée de 60 à 10 jours.

● (0910)

Les transformateurs américains nagent maintenant en pleine incertitude. S'ils se conforment rigoureusement à la loi selon son libellé actuel, ils risquent de voir la règle modifiée une fois de plus. Ces changements risquent d'être encore plus difficiles à gérer dans le contexte du marché global nord-américain, à l'image de ce qui se passe depuis que le libre-échange a été mis en place il y a maintenant 20 ans.

De plus, on leur demande de fonctionner comme si la règle de l'étiquetage s'appliquait à une vaste gamme de produits de porc transformés qui n'étaient pas inclus, ou qui n'étaient pas censés être inclus, dans la liste des produits assujettis à l'étiquetage obligatoire.

Les propositions du secrétaire Vilsack feraient en sorte que la réglementation serait aussi contraignante pour les animaux vivants que le Farm Bill initial de 2002. Cette version plus contraignante avait pourtant été rejetée par le Congrès américain dans le Farm Bill de 2008, car on estimait que c'était trop coûteux.

L'élargissement de la portée de la réglementation sur l'étiquetage aux produits de viande transformés menacerait environ 165 000 tonnes d'exportations canadiennes de viande de porc en 2008. Il s'agit de plus de la moitié de nos exportations totales, qui étaient évaluées à 1,2 milliard de dollars l'an dernier.

Les transformateurs américains sont forcés de prendre des décisions qui auront pour conséquences de fermer les marchés des exportations canadiennes de porcs vivants et de viande de porc et qui auront aussi un impact négatif sur des centaines de producteurs de porcs américains qui dépendent du Canada pour leur approvisionnement en porcs d'engraissement et sur bon nombre de transformateurs américains qui dépendent des porcs vivants et de la viande de porc du Canada. Déjà, au premier trimestre, les exportations totales de porcs vivants vers les États-Unis ont chuté de 45 p. 100, dont une baisse de 35 p. 100 pour les exportations de porcs d'engraissement, alors que les exportations de porcs de marché ont diminué de 66 p. 100 depuis un an.

Pour ce qui est des accords commerciaux, le soutien du Conseil canadien du porc, ou du CCP, à l'égard de la poursuite d'une entente dans le cadre du cycle de négociations commerciales multilatérales, à Doha, reste ferme et sans équivoque. Le rythme lent des négociations de l'OMC a toutefois incité bon nombre de nos concurrents — tels les États-Unis et le Chili — à chercher à conclure des ententes bilatérales ou régionales. Nous ne pouvons pas nous fier aux négociations commerciales multilatérales pour compenser les accès privilégiés aux marchés qu'offrent les accords commerciaux bilatéraux. Si le Canada ne porte pas, à l'égard des négociations bilatérales, autant d'attention qu'il n'en porte aux négociations

multilatérales, sa capacité d'approvisionner ses marchés d'exportation actuels, tout comme sa capacité de pénétrer de nouveaux marchés, seront fortement ébranlées.

Le Conseil canadien du porc a suivi de très près le dossier du projet de partenariat économique dans la foulée du sommet Canada-Union européenne d'octobre 2008. Le Conseil canadien du porc, ou le CCP, appuie grandement une négociation vers un accord détaillé de libre-échange entre notre pays et l'Union européenne. Par contre, nous nous opposerons à toute exemption si les négociations débouchent sur un accès limité aux marchés européens pour le porc canadien.

L'industrie canadienne fait d'importants investissements en vue de répondre à la demande croissante de porc canadien dans l'Union européenne, forte d'une population de 500 millions d'habitants dont la majorité considère le porc comme étant leur viande préférée. Nous demandons avec insistance aux membres du comité d'inviter le Canada à entreprendre des négociations pour arriver à un accord commercial et économique d'envergure avec l'Union européenne.

Les accords commerciaux bilatéraux favorisent la diversification de nos capacités commerciales. Des projets d'accords avec la Colombie et le Pérou ont déjà été déposés pour approbation. De plus, le Conseil canadien du porc soutient ardemment les négociations qui sont actuellement en cours en vue de libéraliser les échanges avec la Corée, le Panama et les pays du Groupe des quatre de l'Amérique centrale. Le CCP encourage aussi la poursuite de négociations avec le Japon, l'Inde et la République dominicaine.

Pour conclure, nous vous demandons de continuer à chercher une issue plus convenable relativement à l'étiquetage indiquant le pays d'origine, une issue qui tiendrait compte de l'important flux d'échanges commerciaux entre le Canada et les États-Unis. Nous vous encourageons à poursuivre l'action devant l'OMC, qui est au point mort pour l'instant, afin d'inciter les États-Unis à ne pas rendre la réglementation plus contraignante.

● (0915)

L'accès continu aux marchés est crucial pour les exportateurs canadiens. C'est pourquoi nous vous demandons, durant vos rencontres avec les représentants des États-Unis, d'aborder la question relative au COOL et à ses effets néfastes sur le libre échange de part et d'autre de la frontière. Par ailleurs, vous devriez vous engager dans de nouvelles négociations bilatérales et soutenir les négociations en cours, notamment les négociations entre le Canada et la Colombie, et celles avec le Pérou.

Merci.

**Le président:** Merci beaucoup. Votre témoignage a été très utile.

Monsieur Haney, voulez-vous continuer? Ou peut-être M. Laycraft?

**M. Dennis Laycraft (vice-président directeur, Canadian Cattlemen's Association):** Merci, monsieur le président.

Nous avons travaillé très étroitement avec la Fédération canadienne des exportateurs de bœuf sur ce dossier.

Tout d'abord, je vous remercie de vous intéresser à cette question, qui compte pour notre industrie. Nous entretenons des relations étroites avec nos bons amis de l'industrie du porc et nous avons travaillé avec eux presque tous les jours sur la question de l'étiquetage du pays d'origine.

Tout comme l'industrie du porc, notre industrie dépend de l'exportation. Presque la moitié de notre production est exportée; notre relation d'affaires avec les États-Unis remonte à très loin, et nos marchés sont considérés par bien des gens comme étant intégrés. L'année dernière, nous avons enregistré une balance commerciale positive de presque 2 milliards de dollars dans le commerce de bovins vivants et de boeuf avec les États-Unis; c'est pourquoi la viabilité de notre industrie repose sur un accès sans entrave à ce marché et à d'autres marchés d'exportation importants.

Ces dernières années, nous avons intensifié nos activités aux États-Unis, en plus de promouvoir un accès amélioré partout dans le monde.

Il me fait grand plaisir de céder la parole à John Masswohl, qui coordonne nos efforts dans cette région. Il a été affecté à Washington pendant trois ans dans le cadre de son mandat auprès du gouvernement du Canada, et notre organisation est très fière d'avoir un expert comme lui défendre la cause de notre industrie.

**M. John Masswohl (directeur, Relations gouvernementales et internationales, Canadian Cattlemen's Association):** Merci, Dennis.

Le COOL a été dépeint par ses promoteurs comme une initiative de marketing auprès des consommateurs, allant jusqu'à être représenté à tort comme une mesure de salubrité alimentaire. Pour notre part, c'est une mesure commerciale purement protectionniste. La principale cible n'est pas vraiment le boeuf canadien; c'est, en fait, le commerce des bovins vivants et, en particulier, leurs importations aux États-Unis.

Les nouvelles règles qui sont entrées en vigueur l'année dernière étaient si complexes que de nombreux acheteurs de bovins américains ont soit restreint leurs achats de bovins canadiens, soit cessé catégoriquement de les acheter en raison du coût et de la difficulté à manipuler les bovins canadiens et à trier ces produits qui proviennent, quant à nous, d'animaux de qualité supérieure.

Cette mesure n'a vraiment rien à voir avec la salubrité alimentaire. En effet, sous l'administration Bush, elle n'était pas décrite comme une initiative de salubrité alimentaire, mais plutôt comme une initiative de marketing auprès des consommateurs. Malheureusement, le département de l'Agriculture des États-Unis sous l'administration Obama ne semble pas savoir sur quel pied danser. Le département n'est pas sûr s'il s'agit d'une initiative de marketing ou d'une initiative de salubrité alimentaire.

La loi est entrée en vigueur à la fin de septembre 2008, à titre provisoire. Tout de suite après, un certain nombre d'abattoirs de bovins aux États-Unis ont dû cesser d'acheter des bovins gras canadiens pour abattage immédiat. C'est la fameuse catégorie C, qui désigne les bovins que nous expédions directement aux États-Unis en vue de les abattre immédiatement. Quant aux rares abattoirs américains qui ont continué d'acheter des bovins de catégorie C, ils ont commencé à limiter les jours de production. De plus, ils ont réduit le prix qu'ils sont disposés à payer afin de pouvoir récupérer les frais supplémentaires liés à la logistique.

Dans les feuilles que je vous ai distribuées, vous trouverez deux cartes. La première carte illustre la situation sous la règle définitive provisoire, de la fin de septembre 2008 jusqu'en mars dernier.

Prenons une entreprise comme Tyson Foods, par exemple. Elle exploite huit abattoirs partout aux États-Unis. Quatre des huit usines de Tyson avaient l'habitude d'acheter des bovins directement du Canada pour abattage immédiat. Dès l'entrée en vigueur de la règle provisoire COOL, trois des huit abattoirs ont cessé d'acheter des bovins canadiens. La seule installation de Tyson qui, sous la règle

définitive provisoire, accepte toujours les bovins canadiens se trouve à Pasco, à Washington. C'est ce qui est illustré par les petits symboles de boeuf sur la première carte.

JBS Swift a adopté une politique semblable en interdisant à ses installations d'acheter du bétail canadien, à l'exception de son abattoir situé à Hyrum, en Utah.

Le résultat, comme on peut le voir, c'est que le centre des États-Unis est parsemé de symboles « défense d'entrer » dans les endroits où nous avons l'habitude d'expédier des bovins de catégorie C. On ne les accepte plus. Mais ce n'est là que la première partie de l'impact.

La deuxième partie, c'est que même si ces installations à Washington, en Utah ou en Pennsylvanie continuent d'accepter des bovins, elles ont limité leur nombre de jours par semaine. Ainsi, l'abattoir de Tyson à Pasco ne les accepte que deux jours par semaine pour pouvoir les séparer plus longtemps.

Le coup de grâce, c'est quand ces abattoirs ont réduit le prix parce qu'ils devaient assumer les frais supplémentaires liés à la séparation de ces animaux. En moyenne, le prix a été réduit d'environ 3 \$ US par 100 livres.

Si l'on tient compte de tous ces facteurs, c'est-à-dire des distances plus longues à parcourir, de la perte de poids des animaux durant ces longs trajets, de l'accroissement de la concurrence pour ce qui est des camions et de la congestion frontalière accrue durant les quelques jours où le bétail peut être expédié, nous évaluons que les frais supplémentaires de logistique et de transport varient de 40 à 50 \$ la tête. Les réductions de prix, pour leur part, représentent environ 40 ou 50 \$ de plus par animal. Nous estimons donc que l'impact total s'élève, en moyenne, à 90 \$ par animal.

Quant aux engraisseurs de bovins américains qui achètent et engraisent des bovins d'engraissement canadiens, soit la catégorie B — c'est-à-dire les animaux plus jeunes que nous expédions aux États-Unis où ils finissent par être abattus, puis vendus —, des réductions de prix et des mesures discriminatoires semblables ont commencé à être appliquées vers la fin de novembre et décembre 2008.

● (0920)

En ce qui concerne les bovins importés après la période initiale d'antériorité, s'ils se trouvaient aux États-Unis avant le 15 juillet, ils étaient considérés comme étant des bovins américains au moment d'aller à l'abattoir. Mais ceux importés après la période d'antériorité ont fait l'objet de mesures discriminatoires sur le marché.

En réponse à la situation survenue à l'automne, le gouvernement du Canada a demandé, en décembre, des consultations officielles avec l'OMC. À l'issue de ces consultations, un changement a été mis en oeuvre dans la règle définitive, le 16 mars dernier, ce qui fait que maintenant, en vertu de la règle définitive, le boeuf de la catégorie B et celui de la catégorie C peuvent être vendus sous une seule étiquette. Cette règle définitive touche les bovins d'engrais canadiens expédiés pour abattage immédiat. Elle devrait abaisser quelque peu les coûts d'expédition et accroître les possibilités de livraison, mais les jours de livraison restent limités. Les réductions de prix sont devenues moins formelles, mais elles sont toujours appliquées au gré du marché. Bien que cette règle définitive soit une amélioration, le problème est loin d'être réglé. Voilà donc la situation dans laquelle nous nous trouvons.

J'aimerais maintenant vous parler un peu de la stratégie et de l'orientation à suivre. Le premier élément de notre stratégie, c'est que nous croyons que le gouvernement devrait poursuivre tous les moyens disponibles pour remédier à la situation, y compris une reprise du processus officiel auprès de l'OMC. À cette fin, nous travaillons avec nos homologues de l'industrie du porc et les fonctionnaires pour tâter le pouls du marché et documenter sa réaction envers la règle définitive. Nous ignorons pour l'instant quelle proportion des 90 \$ la tête nous pourrions récupérer dans le nouveau scénario.

Comme Jurgen l'a expliqué, il y a eu un récent revirement dans ce dossier, à savoir le nouvel élément d'incertitude ajouté par le secrétaire Vilsack au lendemain de la visite du président Obama à Ottawa. Un jour après la visite du président durant laquelle il a annoncé son intention de ne pas restreindre le commerce, le secrétaire Vilsack a fait savoir à l'industrie américaine que chaque étiquette de viande doit désormais identifier le pays où l'animal est né, élevé et abattu. Il est allé plus loin en disant que cette information devrait apparaître sur les produits de viande transformés qui étaient censés être exclus du COOL.

Même si, à notre connaissance, aucune entreprise américaine n'a manifesté sa volonté de se conformer volontairement aux propositions du secrétaire Vilsack, celui-ci a informé le département américain de l'Agriculture de son intention de mener une vérification auprès des entreprises américaines afin de déterminer le taux d'acceptation face à ces propositions. Si les entreprises ne se conforment pas volontairement, alors le département les obligera à le faire.

La CCA travaille avec nos alliés américains pour évaluer ce qu'il en coûterait à nos voisins pour mettre en oeuvre les propositions du secrétaire Vilsack. Une fois terminée, cette analyse fera partie du deuxième élément de notre stratégie, à savoir notre effort continu pour faire connaître aux Américains les raisons pour lesquelles une loi astreignante comme le COOL n'est pas dans leur intérêt à long terme. Comme Jurgen l'a dit, nous encouragerons également les fonctionnaires canadiens, tant fédéraux que provinciaux, à faire en sorte que cette question soit discutée dans toutes les réunions politiques ou diplomatiques entre les États-Unis et le Canada.

Le troisième élément de notre stratégie consiste à promouvoir l'avantage du boeuf canadien aux États-Unis. Le Centre d'information sur le boeuf, qui est la branche de la CCA chargée du développement des marchés, travaille avec nos clients américains afin d'accroître les débouchés pour le boeuf canadien sur le marché américain et d'atténuer les répercussions du COOL. L'approche du CIB consiste à établir un lien entre les entreprises de conditionnement du Canada et les distributeurs partenaires des États-Unis afin de les sensibiliser à l'avantage que présente le boeuf canadien. Par là, on entend les points particuliers qui nous distinguent de nos concurrents, notamment la santé des animaux et la salubrité des aliments, la génétique, l'identification des animaux, la qualité du produit, le rendement et la rentabilité, le service, le soutien technique ainsi que la vérification de l'âge potentiel et la traçabilité. Le CIB fournit des ressources documentaires et un soutien au développement des marchés afin de promouvoir nos avantages comparatifs auprès des acheteurs de viande américains.

J'ai apporté des copies de certains des documents utilisés par le CIB. Les versions françaises ne sont pas encore prêtes. On vous les fera parvenir dès qu'elles le seront.

Le CIB travaille à promouvoir le boeuf canadien aux États-Unis; pour ce faire, il s'assure d'obtenir des places de premier plan dans les

commerces de détail et les établissements de restauration aux États-Unis, en plus de créer une image de marque canadienne auprès de certains groupes démographiques américains, comme la population hispanique et asiatique sans cesse croissante aux États-Unis. Parmi les activités de communication du BIC, mentionnons les publicités industrielles, les séminaires d'éducation, les missions commerciales, les partenariats avec les distributeurs et les détaillants américains, la distribution de documents techniques et la création du site Web [www.MeatCool.info](http://www.MeatCool.info).

● (0925)

Une bonne partie de cette activité est financée dans le cadre du fonds de développement des marchés pour les éleveurs de bovins canadiens, parfois appelé le fonds spécial d'aide.

Le fonds spécial a été créé en 2005 grâce aux investissements du gouvernement du Canada et du gouvernement de l'Alberta ainsi que grâce aux prélèvements sur les ventes de bovins. Nous avons remis au greffier un document qui fournit des renseignements supplémentaires sur la façon dont le CIB utilise le fonds spécial pour promouvoir le boeuf canadien aux États-Unis.

Le dernier élément de notre stratégie visant à atténuer l'impact du COOL consiste à accroître les possibilités d'exportation partout dans le monde. Je suis donc heureux que Ted Haney de la Fédération canadienne des exportateurs de boeuf soit avec nous pour parler plus en détail de ces activités de marketing ailleurs dans le monde.

Merci.

**Le président:** Très bien, c'était très instructif. Merci, John.

Monsieur Haney.

● (0930)

**M. Ted Haney (président, Canada Beef Export Federation):** Merci beaucoup, monsieur le président et membres du comité, de nous avoir invités à témoigner devant vous aujourd'hui.

La Fédération canadienne des exportateurs de boeuf est une association professionnelle indépendante et sans but lucratif fondée en 1989 dans le but de stimuler la demande mondiale de boeuf canadien. Depuis, nous avons établi une représentation sur des marchés clés comme le Japon, la Corée du Sud, Taiwan, Hong Kong, Shanghai et le Mexique.

Aujourd'hui, les 53 membres de la fédération représentent plus de 90 p. 100 de l'industrie bovine canadienne, du Québec à la Colombie-Britannique. La stabilité de nos membres au cours des six dernières années difficiles témoigne éloquentement de l'engagement inébranlable de notre industrie envers les marchés d'exportation.

L'avantage concurrentiel de la fédération découle du fait que toute l'industrie travaille ensemble dans le but d'améliorer la reconnaissance et la demande mondiales pour les produits canadiens du boeuf et du veau. Son rôle est de coordonner les stratégies et le financement pour assurer une masse critique d'activités. La fédération offre des services axés principalement sur le repérage de marchés et la veille concurrentielle, l'accès aux marchés et la défense du secteur, la représentation locale et les services commerciaux internationaux ainsi que la promotion du boeuf sur les marchés stratégiques et émergents.

Soutenue par des ressources privées et publiques, la fédération a consacré près de 8 millions de dollars à ses programmes d'exportation l'année dernière. La fédération a réussi à mobiliser 20 millions de dollars de capitaux et d'investissements en marketing axés sur les exportations, auprès de ses membres exportateurs au cours des cinq dernières années, et à créer ainsi près de 200 nouveaux emplois manufacturiers spécialisés directement associés aux ventes à l'exportation et au marketing.

J'aimerais parler particulièrement de l'importance du fonds de développement du marché canadien du boeuf et des bovins, offert par la fédération par l'entremise du Canadian Cattlemen Market Development Council. J'ai soumis un document que le secrétariat distribuera, je crois, aux membres du comité, mais je tiens à dire que le fonds spécial a accordé une aide de 7,7 millions de dollars à la fédération au cours des trois derniers exercices financiers et représente 40 p. 100 de notre budget de promotion total.

Cette décision visionnaire des gouvernements du Canada et de l'Alberta de créer un fonds et un programme de redressement du marché, d'une valeur de 50 millions de dollars sur dix ans, est très importante. Sans cet appui, la fédération aurait sans doute dû fermer deux bureaux de représentation internationale, probablement en Chine continentale et en Corée du Sud. Nous aurions eu beaucoup de mal à effectuer des études de marché ainsi que nos activités de promotion et de recherche.

Assez franchement, nous aurions été beaucoup plus passifs dans nos efforts visant à favoriser un redressement du marché après la crise commerciale — c'est-à-dire, l'ESB. Ce fonds a été précieux. Il a appuyé notre réussite et continuera de le faire durant de nombreuses années à venir. Le travail des deux gouvernements mérite donc d'être reconnu.

La fédération a réalisé 388 projets d'expansion des exportations au cours du dernier exercice, qui vient de se terminer le 31 mars, ce qui représente en moyenne plus d'un projet par jour. Ces projets ont été groupés dans dix domaines de programmes, les programmes de développement de partenariat, dans lesquels nous travaillons en collaboration avec nos membres d'exportation qui assurent des programmes qui présentent un intérêt et une valeur pour les entreprises — c'est-à-dire la reconnaissance de la marque, l'exploration de marchés, la participation aux grandes activités — ainsi qu'un intérêt pour l'industrie.

Nous nous occupons de l'information sur le marché et de la liaison pour veiller à ce que la collectivité des exportateurs canadiens soient tenus au courant des débouchés émergents et des contraintes et qu'ils soient en mesure de réagir en conséquence. Parmi nos autres activités, mentionnons les études de marché, les missions d'acheteurs de boeuf et les séminaires sur le boeuf canadien dans nos marchés clés et émergents. Nous avons effectué 106 activités de promotion dans le secteur de la vente au détail et de la restauration, avec l'aide de nos membres, qui ont permis d'exposer l'image de marque du boeuf canadien aux consommateurs dans ces marchés internationaux clés. À cela s'ajoutent les foires alimentaires, le matériel promotionnel, les bulletins d'information ainsi qu'un programme limité de publicité et de relations publiques à l'échelle mondiale.

Nous savons que ces programmes sont essentiels et utiles, puisque les exportateurs canadiens de boeuf et de veau ont attribué, l'année dernière, 23 p. 100 de leurs ventes en Asie et au Mexique aux programmes, services et projets de la fédération.

La réussite est mesurée de nombreuses façons. Elle ne se limite pas uniquement à la fédération; c'est également une mesure de

réussite et de rendement pour les investissements publics et privés injectés dans la fédération.

Avant la crise de la vache folle en mai 2003, les exportations de boeuf canadien vers des marchés étrangers autres que les États-Unis avaient enregistré une hausse en passant d'environ 9 000 tonnes — moins de 30 millions de dollars — en 1990 à 158 000 tonnes — 540 millions de dollars — en 2002.

● (0935)

La dépendance envers les États-Unis pour les exportations de boeuf est passée de plus de 90 p. 100 — ce qui représentait depuis longtemps notre niveau de dépendance typique envers les États-Unis, certainement depuis la fin de la guerre civile — à moins de 70 p. 100. Notre industrie se concentre toujours sur le marché américain, en raison de son importance, mais elle a augmenté les ventes ailleurs qu'aux États-Unis afin de faire baisser notre dépendance à l'égard de ce marché à environ 50 p. 100.

L'accès commercialement rentable à nos principaux débouchés en Asie et au Mexique peut nous garantir une prime 85 \$ par tête dans le cas des bovins âgés de moins de 30 mois, comparativement à la vente du même animal au Canada. De plus, ces marchés peuvent ajouter une prime de 100 \$ par tête par rapport au prix pouvant être obtenu pour les mêmes produits aux États-Unis. L'industrie doit avoir accès à cette prime à l'exportation afin de continuer de prospérer et ce, principalement par l'entremise d'un accès à tous les marchés.

Le cheptel canadien de bovins de boucherie et de vaches laitières est évalué à 5,6 millions de têtes, et la production de boeuf en 2009 est évaluée à 1,5 million de tonnes. Il faut produire 3 millions de bêtes pour répondre à la demande intérieure. Le marché canadien est excellent, mais il n'est tout simplement pas assez grand pour absorber la production de boeuf de notre cheptel national de 6 millions de bêtes.

Le message à retenir, c'est que nous devons faire du commerce et ce, de façon rentable. Un de nos mécanismes pour faire face à la dépendance envers les États-Unis, c'est d'accroître le commerce avec d'autres pays. C'est une réaction positive qui repose sur une équipe composée de ressources des secteurs privé et public.

Nous devons continuer de chercher à tirer la pleine valeur de nos produits sur les marchés internationaux. La taille éventuelle de l'industrie dépend de la mesure dans laquelle nous réussirons à créer des accès commerciaux rentables aux marchés non seulement de l'Asie et du Mexique, mais également de l'Europe, de la Russie, du Moyen-Orient et de l'Amérique du Sud. De cela dépendra la taille de l'industrie: pourra-t-elle conserver 6 millions de bêtes ou devra-t-elle se contracter à 3 millions de têtes? Autrement dit, c'est la différence entre un déclin à long terme et une industrie saine et prospère.

Notre industrie ne peut pas se promouvoir si l'accès au marché est entravé par des obstacles — qu'il s'agisse de tarifs prohibitifs, de quotas continus ou de mesures de protection comme l'étiquetage du pays d'origine.

Comme on le sait, les exigences relatives à l'étiquetage obligatoire du pays d'origine sont entrées en vigueur le 30 septembre 2008. La mise en oeuvre de la règle définitive provisoire est le fruit d'une campagne de longue haleine dirigée par des groupes protectionnistes américains en vue d'assurer leur position sur leur marché intérieur en adoptant des mesures discriminatoires à l'égard des produits importés. Depuis, les répercussions se sont traduites par des réductions de revenu de 90 \$ la tête pour les producteurs de bovins canadiens.

Le Canada et le Mexique avaient indiqué leur intention de contester la règle devant l'OMC. Le Mexique a continuellement laissé entendre que c'est ce qu'il compte faire, et je crois que l'industrie canadienne convient de plus en plus que, malgré les changements qui ont été proposés et la modération potentielle des effets, la contestation devant l'OMC serait quand même justifiée.

Nous avons été heureux de voir que la règle définitive a été un peu assouplie. Mais l'annonce faite par le secrétaire Vilsack dans sa lettre très publique, indiquant son intention d'imposer des mesures encore plus strictes, n'est pas acceptable. Même si les États-Unis constituent un marché de rechange utile pour les bovins canadiens, le programme COOL nous rappelle clairement l'urgence de diversifier les exportations de boeuf.

Mais tout n'est pas sombre à l'horizon. La fédération croit que nous avons atteint un point tournant et que nous nous dirigeons vers une reprise. En 2008, les exportations mondiales de boeuf canadien ont augmenté de 8,4 p. 100 par rapport à l'année précédente et se sont chiffrées à 393 000 tonnes, soit 1,36 milliard de dollars. Les exportations vers les marchés clés de l'Asie et du Mexique ont augmenté de 15 p. 100 pour atteindre 83 000 tonnes, soit 321 millions de dollars, pendant la même période. Les exportations vers les marchés autres que les États-Unis représentent désormais 23 p. 100 des exportations canadiennes de boeuf dans le monde.

• (0940)

Les industries canadiennes des bovins et du boeuf ont appuyé énergiquement la création et l'exploitation du secrétariat à l'accès aux marchés agricoles. Je sais que cette initiative est bien accueillie par le secteur porcin et par bon nombre d'autres secteurs commerciaux agricoles qui ont besoin d'une approche fondamentale et stratégique de la part du gouvernement du Canada pour gérer nos relations commerciales sur le plan technique avec nos partenaires commerciaux à l'échelle mondiale.

Nous osons espérer que l'annonce faite par le gouvernement du Canada le 9 janvier donnera lieu à la mise sur pied d'un centre d'excellence efficace en matière de gestion du commerce d'exportation. La fédération a bon espoir que la nouvelle approche du gouvernement pour assurer un accès accru aux principaux marchés d'exportation, comme la Corée du Sud, la Chine continentale et le Japon, sera également très bénéfique.

L'objectif consiste à éliminer les barrières techniques tout en saisissant les occasions à mesure qu'elles s'offrent au Canada; si on y arrive, la récompense est énorme. Encore une fois, nous croyons qu'elle pourrait représenter environ 85 \$ par animal transformé au Canada.

La diversification inévitable des exportations provoquée par l'étiquetage obligatoire du pays d'origine aux États-Unis doit continuer à être reconnue comme étant seulement une lueur d'espoir dans un tableau très sombre. Les États-Unis doivent respecter leurs obligations commerciales et les exigences de l'OMC sur l'étiquetage du pays d'origine pour le boeuf et d'autres produits agricoles.

Toute transformation majeure d'un produit, dans laquelle celui-ci passe d'un code harmonisé à un autre, devrait rétablir l'origine du produit qui en résulte. Dans notre cas particulier, l'origine est déterminée par le lieu d'abattage, le lieu de fabrication et le lieu de transformation.

L'étiquetage restrictif aux points de vente au détail n'a rien à voir avec la salubrité alimentaire ni avec les droits des consommateurs. C'est une question de protection commerciale. Si nous faisons ce qui s'impose et si nous mobilisons tous nos efforts aux États-Unis et à l'échelle internationale pour la réglementation commerciale, je crois

que notre industrie peut changer de cap et passer d'une mentalité de survie à une mentalité de croissance et de prospérité.

Nous devrions avoir la capacité d'exporter jusqu'à 800 000 tonnes de produits de boeuf du Canada, dont la moitié vers d'autres pays que les États-Unis. C'est ce qu'il faut pour que le Canada redevienne autosuffisant pour ce qui est de la capacité de transformation de la viande; nous avons un potentiel de transformer jusqu'à 4,5 millions de bovins au Canada, dont 1,4 million uniquement pour les marchés de l'Asie et du Mexique.

Il est grand temps que le secteur canadien se concentre non plus sur sa survie mais sur la croissance et la prospérité.

Merci beaucoup.

**Le président:** Merci. Vos témoignages ont tous été fort utiles, quoique un peu déroutants. J'espère que les questions posées par les députés sauront éclairer certains des points qui m'embrouillent.

Nous allons commencer par des interventions de sept minutes, d'abord avec M. Dhaliwal.

**M. Sukh Dhaliwal (Newton—Delta-Nord, Lib.):** Merci, monsieur le président.

J'aimerais souhaiter la bienvenue aux témoins et les remercier d'être des nôtres et de nous avoir fait d'excellents exposés instructifs.

Monsieur le président, la semaine dernière, je me suis rendu dans l'Ouest canadien à titre de porte-parole pour la diversification économique de l'Ouest. J'ai appris que la Saskatchewan a plus d'échanges commerciaux avec des pays autres que les États-Unis que toute autre province. C'est ce qui ressort ici aussi. De notre point de vue, les industries du porc et du boeuf dépendent des États-Unis.

Quelles mesures les représentants élus et le gouvernement pourraient-ils prendre pour diversifier le marché d'exportation?

**M. Jurgen Preugschas:** Merci pour la question. Selon moi, il y en a plusieurs, et je pense que vous avez entendu des commentaires très positifs sur le fonds spécial d'aide à la commercialisation du boeuf.

Selon moi, nous devons créer un fonds semblable pour l'industrie du porc. Comme vous le savez, l'industrie du porc exporte plus d'un million de tonnes dans le monde entier et, comme je l'ai mentionné, c'est un important moteur économique. Il va de soi qu'il existe une certaine forme d'aide financière fédérale, entre autres dans le cadre du programme PICAAL, mais nous jugeons qu'un soutien accru, à l'instar du fonds spécial d'aide, ne nous ferait certainement pas de tort, afin d'aider à diversifier davantage nos marchés.

Nous avons réalisé beaucoup de progrès depuis 1990, comme en témoigne le niveau de dépendance du secteur porcin à l'égard du marché américain, qui est passé de 75 p. 100 à 28 p. 100.

Quant au bétail vivant, le marché est différent. Nous exportons presque 10 millions d'animaux vivants aux États-Unis; c'est sur ce marché que le COOL se répercute aussi radicalement.

• (0945)

**M. Sukh Dhaliwal:** En ce qui concerne le COOL, qu'est-ce qui est plus avantageux pour vous: exporter des produits transformés ou exporter des animaux vivants?



**M. Jurgen Preugschas:** Voici comment je vois la question. À cause des règles dans le passé, nous avons créé un marché nord-américain intégré. Le Manitoba est devenu un chef de file dans l'élevage de porcelets sevrés, qui sont ensuite expédiés dans le Midwest où ils sont abattus. La situation a donc été avantageuse pour les éleveurs manitobains, de même que pour les éleveurs américains qui abattent les porcelets sevrés. Il s'agit d'un marché intégré. Toutefois, le COOL oblige ces personnes à fermer boutique et les accule à la faillite, ce qui n'est pas juste, à notre avis.

Bien entendu, nous pourrions nous raviser, c'est-à-dire ne plus participer à un marché intégré, abattre nos animaux au Canada et faire croître une industrie du conditionnement. À long terme, cela portera fruit. Mais à court terme, certains de nos éleveurs et leurs familles éprouveront des difficultés financières. Nous croyons que les politiciens ont tort d'agir ainsi.

**Le président:** Monsieur Laycraft.

**M. Dennis Laycraft:** Nous sommes convaincus de l'importance de trouver le juste milieu entre les exportations vers les États-Unis et les exportations vers d'autres pays — pas que nous ayons eu un traitement particulièrement équitable ailleurs dans le monde. Avant 1983, l'Union européenne était le deuxième marché en importance pour nos exportations, mais par la suite, les Européens ont essayé de nous exclure par tous les moyens possibles. Nous sommes encouragés de voir enfin une possibilité de réexaminer cette relation, et nous sommes très optimistes à l'égard du potentiel qu'offrent d'autres marchés. Mais les États-Unis constituent le plus grand marché du boeuf dans le monde. Ils sont également le plus grand importateur mondial. Ils seront toujours importants, mais le reste du monde l'est aussi. M. Haney a parlé d'accroître nos capacités pour surmonter certains de ces obstacles et augmenter considérablement nos investissements. On parle de quelques millions de dollars, et non pas de plusieurs milliards de dollars comme c'est aujourd'hui le cas dans tous les autres secteurs.

Lorsqu'on tient compte du travail incroyable que certains de nos concurrents ont réalisé pour mener à bien certaines de ces initiatives, on constate que des pays comme la Nouvelle-Zélande s'en sont merveilleusement bien tirés. Nous avons des gens compétents qui nous représentent sur ces marchés, mais nous en avons besoin de plus, et nous avons besoin d'un engagement plus ferme de la part du pays à cet égard. Nous avons un excellent produit. En fait, nous avons dépassé les niveaux de marché avant la crise de l'ESB. Par conséquent, une fois que nous aurons surmonté ces embûches, d'excellents débouchés s'offriront à nous.

Le commerce du boeuf et du porc, particulièrement celui du porc, est l'un des secteurs les plus protégés au monde. Il est donc très important pour notre industrie que l'OMC rende une décision favorable pour le Canada. Pour vous dire franchement, nous espérons que le gouvernement fédéral exercera un leadership quelque peu différent et fera preuve d'une certaine souplesse dans sa position de négociation.

**M. Sukh Dhaliwal:** Monsieur Haney, vous avez mentionné que votre portée englobe le Japon et l'Inde. Seriez-vous en mesure d'affronter la concurrence sur ces marchés? Pensez-vous pouvoir être sur un pied d'égalité avec ces deux pays du point de vue du commerce?

• (0950)

**M. Ted Haney:** J'ai effectivement mentionné le Japon; mais je ne crois pas avoir parlé de l'Inde. J'ai mentionné le Japon, la Corée du Sud, Taïwan, Hong Kong, la Chine continentale et le Mexique, en mettant surtout l'accent sur l'Union européenne, la Russie, le Moyen-

Orient et l'Afrique du Nord. Voilà les régions qui sont actuellement prioritaires et qui émergent...

L'industrie canadienne arrive à soutenir la concurrence mondiale. Nous livrons concurrence partout au monde par l'entremise de nos exportations. En Asie, nous sommes en concurrence avec les grands exportateurs sud-américains. Nous rivalisons avec la Russie pour ce qui est de certains de nos marchés asiatiques et nous soutenons bien la concurrence. Nous sommes tout à fait compétitifs.

Avant la crise de l'ESB, en 2003, le Canada a exporté jusqu'à 30 000 tonnes de boeuf au Japon, avec des croissances importantes. En fait, un contrat commercial a été signé par un de nos membres exportateurs en mars 2003, qui aurait permis une croissance de 50 p. 100 de nos ventes au Japon au terme d'une seule transaction commerciale. Nous avions donc le vent en poupe juste avant que la crise de l'ESB nous fasse perdre notre élan.

Sommes-nous compétitifs? Oui. L'étions-nous? Oui. Comment pouvons-nous l'être davantage? Un gouvernement fédéral qui adopte une approche stratégique pour l'accès aux marchés agricoles grâce à la création de ce que j'appellerai un centre d'excellence en matière de politique commerciale agricole et par l'entremise du secrétariat à l'accès aux marchés agricoles... Voilà ce qu'il faut vraiment pour consolider les ressources et le savoir-faire.

Le commerce agricole est complexe. Tout a commencé avec le cycle de l'Uruguay, lorsqu'on a interdit aux pays d'imposer des droits d'importation exorbitants et des quotas arbitraires. Depuis, il n'y a eu que du protectionnisme fabriqué de toutes pièces sous prétexte d'assurer la sécurité; il faut beaucoup de ressources techniques, stratégiques et politiques pour éliminer ces nouveaux obstacles très difficiles à définir. Une fois que nous y arriverons, le commerce de cette activité se poursuivra. Voilà ce dont on a besoin.

**Le président:** Merci.

Monsieur Guimond.

[Français]

**M. Claude Guimond (Rimouski-Neigette—Témiscouata—Les Basques, BQ):** Merci, monsieur le président.

Bonjour, messieurs.

Je suis moi-même un agriculteur et j'ai été impliqué dans l'Union des producteurs agricoles du Québec. Je connais donc bien M. Michel Dessureault, que vous devez connaître vous aussi, puisque vous oeuvrez dans l'industrie du boeuf.

J'ai trouvé très intéressantes vos présentations. Vous savez où vous allez et de quelle façon vous voulez continuer. J'aimerais vous entendre parler de la possibilité de faire les choses différemment, dans le futur, pour être capable de continuer à développer l'agriculture chez nous.

On a parlé du COOL américain. On parle, entre autres, de l'étiquetage de produits d'origine. Au Québec, nous avons la traçabilité. Agri-Traçabilité Québec est un système de traçabilité obligatoire qui indique l'origine de l'animal, sa date de naissance et les mouvements des animaux. Malgré que ce soit très contraignant pour les producteurs agricoles, ça semble plaire aux consommateurs. Pour que l'agriculture puisse continuer à se développer, comment verriez-vous l'arrivée d'un système de traçabilité qui pourrait s'étendre au Canada, autant dans le domaine du boeuf que dans celui du porc? Au Québec, on pense même à l'étendre à la production végétale. Quelle est votre opinion sur la possibilité de se démarquer, particulièrement à partir de la traçabilité des animaux?

[Traduction]

**M. Jürgen Preugschas:** Je vais demander à Martin de répondre à cette question, si vous n'y voyez pas d'inconvénient.

**M. Martin Rice (directeur exécutif, Conseil canadien du porc):** Je pense que la traçabilité — et ce terme désigne depuis un certain temps bien plus que les capacités de dépister des maladies animales —, représente la question la plus pertinente pour les éleveurs de bétail. Après tout, ils dépendent de l'accès aux marchés étrangers et de la capacité du pays de rassurer les consommateurs quant à notre pouvoir de mettre à l'index une région susceptible d'être touchée par une maladie animale de l'étranger. Je crois que le Canada l'a échappé belle comparativement aux autres pays producteurs de porc, en ce sens que nous sommes les seuls à ne pas avoir connu une grave épidémie de maladie animale étrangère ces 40 ou 50 dernières années. Toutefois, nous devons être préparés à y faire face, parce qu'il est très difficile de les prévenir dans tous les cas.

Les éleveurs sont heureux de voir que la traçabilité permet aussi d'accroître la confiance des consommateurs, étant donné qu'on peut leur fournir plus de possibilités d'identifier l'origine de la viande et de retracer la cause en cas d'un incident de salubrité alimentaire. Encore une fois, nous avons une excellente réputation à l'échelle mondiale, mais les consommateurs s'intéressent de plus en plus à ces possibilités; ils sont rassurés de connaître le parcours des animaux, depuis le point d'origine jusqu'au point de vente.

Toutefois, je crois qu'il faut communiquer les avantages aux éleveurs. Selon moi, on n'a pas fait grand-chose en ce sens. Les investissements dans la traçabilité ne représentent pas simplement un coût pour les éleveurs. Je pense que nos partenaires en marketing devront recenser plus d'avantages commerciaux et les prendre en compte. Ainsi, les éleveurs seraient encouragés à investir davantage en matière d'argent et de temps.

• (0955)

**M. Dennis Laycraft:** Monsieur le président, voilà une question tout à fait rafraîchissante à poser sur les mesures que nous prenons pour assurer notre position dans l'avenir. Nous travaillons sans relâche. Outre l'initiative sur l'avantage du boeuf, nous travaillons à quelques projets pilotes. Il y en a un en cours. Nous nous employons à mettre sur pied un système de traçabilité qui fonctionne, comme nous l'avons décrit, au rythme du commerce. Nous avons examiné quelques systèmes de traçabilité utilisés ailleurs dans le monde et nous avons constaté qu'ils nécessitent d'énormes subventions; de plus, nous avons remarqué que certains de ces pays sont très protectionnistes quand il est question d'éliminer ces obstacles.

En revanche, nous avons observé quelques autres programmes qui fonctionnent bien et nous estimons que le Canada est l'un des chefs de file dans le développement de technologies permettant le transfert électronique de l'information.

On ne s'attend pas nécessairement à récolter d'énormes primes à la suite de cette approche, mais les gens voudront de plus en plus une traçabilité améliorée. Chose certaine, le système d'identification mis en place par notre industrie, qui nous indique au moins le cheptel d'origine et l'endroit où l'animal a été transformé, est mieux que celui de presque tous les autres pays qui ont assisté à un forum, tenu la semaine dernière en Argentine, en vue de faire le bilan de la situation à l'échelle mondiale dans ce domaine. Nous avons l'intention de nous inspirer largement des systèmes efficaces pour combler les écarts.

Par ailleurs, nous tenons à ajouter un système axé sur le marché qui nous permettra d'apporter, en même temps, des améliorations industrielles. Chaque fois qu'une personne achète votre produit, elle

s'intéresse à la somme de ses attributs. C'est ainsi que nous continuons d'être des chefs de file en matière de qualité; c'est ce qui nous permet de produire plus efficacement et de répondre à toute une gamme de préférences des consommateurs partout dans le monde. Pour certains, la traçabilité est le mot d'ordre; pour d'autres, ce sont d'autres attributs qui gagneront en importance.

Nous n'allons pas devenir des éleveurs à rabais. Le Canada occupe le premier rang au chapitre des exportations de produits de boeuf engraisés au grain ou de la haute qualité de son boeuf partout dans le monde. Nous considérons que c'est important. Nous voulons bâtir notre avenir sur ce que nous appelons la proposition de valeurs, à savoir la qualité, la salubrité, la santé des animaux et notre capacité de desservir ces marchés.

Nous travaillons étroitement avec Agriculture et Agroalimentaire Canada — dans le cadre de l'initiative Cultivons l'avenir — et nous avons l'intention d'en faire une partie intégrante de nos activités au cours des deux prochaines années.

[Français]

**M. Claude Guimond:** Au début de vos présentations, vous parliez d'abattages qui, de plus en plus, sont faits aux États-Unis, selon ce que je comprends. Je sais très bien que des camions chargés de bouvillons partent du Québec pour aller faire abattre leur cargaison aux États-Unis. Ces animaux parcourent ainsi des milliers et des milliers de kilomètres dans des camions. Donc, sur le plan environnemental, ce n'est pas très à la mode. En ce qui concerne la santé et le confort des animaux, les consommateurs et la population en général pourraient remettre en question cette façon de faire.

Y aurait-il moyen, au Canada, d'avoir une stratégie pour augmenter nos capacités d'abattage et de transformation, afin que les agriculteurs puissent retirer une valeur ajoutée de leurs produits? Quelle est votre opinion, votre vision par rapport à la possibilité que nous ayons réellement, chez nous, de meilleures structures d'abattage et des politiques pour les appuyer?

• (1000)

[Traduction]

**M. Dennis Laycraft:** Je vais commencer par la dernière question.

Nous travaillons très activement depuis 2005 pour accroître la capacité. Avant la crise de l'ESB — ce qui, dans notre industrie, signifie avant mai 2003 —, nous transformions environ 70 000 têtes de bétail par semaine au Canada. Nous avons relevé cette capacité à plus de 100 000 têtes, à condition d'exploiter tous les jours avec un double quart. Toutefois, quand le marché du bétail vivant a été ouvert aux États-Unis, les éleveurs américains sont devenus nos concurrents sur notre marché. Notre capacité a alors reculé à 60 000 ou 70 000 têtes par semaine.

Ce n'est pas que nous n'avions pas une capacité suffisante pour abattre plus de bovins au Canada. Une gamme de facteurs sont entrés en jeu. Certaines questions réglementaires ont fait que la structure de coûts au Canada a été plus élevée. Nous avons comparé devant plusieurs comités pour expliquer comment les politiques avaient été appliquées différemment, comme l'interdiction relative aux aliments pour animaux et ses répercussions. Il y a donc certains enjeux en matière de compétitivité qui ne se résument pas au simple fait de ne pas avoir une capacité suffisante au pays pour transformer le bétail.

L'Ontario est un très bon exemple. Si l'on tient compte des deux derniers mois, quand les usines américaines ont recommencé à acheter du bétail ontarien à la suite du changement apporté aux règles, nous avons vu le prix en Ontario augmenter de plus de 100 \$ la tête par rapport au reste du pays. Autrement dit, le prix a été actualisé uniquement à cause de la concentration.

Le fait que notre marché est intégré et que ces usines participent au processus quotidien d'appel d'offres intensifie la concurrence tous les jours, chaque fois qu'une personne vend du bétail. Il est donc sain d'avoir une certaine quantité de produits et un certain nombre de personnes qui font des offres tous les jours.

Nous aurions préféré qu'un plus nombre de ces bovins soient transformés au Canada. Cela revient, en partie, à la question de l'accès aux marchés. M. Haney pourrait en parler.

Bon nombre de ces produits obtiennent plus de valeur à l'extérieur du Canada qu'à l'intérieur du pays, si bien qu'on n'a plus vraiment de marchés intérieurs dans notre métier. On a des marchés qui sont qualifiés de grands ou de petits. Chaque fois que nous transformons un animal, nous devrions probablement envoyer différentes parties à différents coins du monde. Ainsi, les pieds devraient être vendus en Corée. Si l'on tient compte de la valeur du foie dans des pays comme l'Égypte, etc., tout cela ajoute de la valeur. Pour pouvoir livrer concurrence contre les usines américaines, nous devons être en mesure d'optimiser la valeur de chaque animal que nous transformons. Et cela fait partie de notre stratégie d'ensemble.

Nous croyons qu'il y a certaines améliorations sur le plan de la technologie. Nous procédons à l'adoption de nouvelles technologies pour l'évaluation de la qualité, et nous venons justement d'écrire une lettre à ce sujet au gouvernement du Canada. C'est, selon nous, le moment idéal d'aller de l'avant dans ce domaine parce que c'est tout à fait lié à votre question sur la traçabilité. Il y a un lien entre la capacité de retracer la ferme d'origine et celle d'ajouter plus de données dans le système. Nous montrons à nos clients que non seulement nous avons un meilleur système, mais que nous sommes en mesure de mieux l'utiliser dans l'ensemble de notre industrie.

Par conséquent, le rapport avec la compétitivité dépend directement de la question de savoir combien il en coûte pour transformer les produits au Canada et ce que nous en tirons comme valeur ajoutée sur le marché.

**M. Ted Haney:** Les arguments en faveur du commerce de la viande plutôt que du commerce d'animaux vivants ne manquent pas. Dans notre industrie, nous sommes heureux de pouvoir vendre des bovins vivants aux États-Unis, encore une fois pour des raisons liées à la concurrence. Mais du point de vue stratégique, et en tenant compte des arguments purement économiques, nous devons nous concentrer sur le commerce de la viande.

Le commerce de la viande est moins vulnérable que celui de bovins vivants, du point de vue de la politique commerciale et de la capacité des pays à limiter les échanges commerciaux.

De plus, nous sommes plus en mesure de diversifier ce commerce que celui des bovins vivants. Nous ne nous excusons donc pas pour notre capacité de vendre des bovins vivants, mais il n'en demeure pas moins que les efforts que nous déployons entourant le commerce de la viande sont absolument indispensables à la santé à long terme, à la prospérité et à la réduction des risques pour notre industrie.

Chaque fois que l'on diminue les risques au moyen de la diversification et que l'on réduit l'indépendance à l'égard d'un produit vulnérable, on accroît le rendement global de l'industrie. C'est ce qui crée un climat d'optimisme. C'est ce qui nous amène vers la stabilité et vers une croissance et une prospérité éventuelles.

Juste à partir des arguments économiques du point de vue stratégique, nous nous tournerons vers le commerce de la viande.

● (1005)

**Le président:** Je pense que vous voulez faire un commentaire.

**M. Jurgen Preugschas:** Oui.

Je souscris à bon nombre des arguments qui ont été soulevés, mais nous devons garder à l'esprit que la capacité de vendre des bovins vivants aux États-Unis présente aussi un avantage. Quand les chiffres fluctuent et que nous sommes paralysés — s'il y a une ventilation, une grève ou des différences saisonnières —, la capacité d'exporter des bovins aux États-Unis devient essentielle. Je ne pense pas que nous voulons perdre cet aspect de vue.

Par ailleurs, nous voulons vendre plus de porc à l'extérieur du Canada, mais nous nous heurtons à des problèmes comme la main-d'œuvre. C'est peut-être un terrain propice à la collaboration avec le gouvernement. Là où nous avons obtenu des résultats médiocres, c'est au chapitre de l'élaboration d'une chaîne de valeur, où l'on trouve des relations et des échanges d'idées entre tous les secteurs de la chaîne de valeur.

Je sais que cette question fait l'objet de discussions à la Table ronde sur la chaîne de valeur de l'industrie du porc. Je sais que l'Alberta l'étudie avec les responsables de la stratégie relative au bétail et à la viande de la province. À mon avis, ce sont là des stratégies auxquelles le gouvernement fédéral doit aussi participer pour vraiment examiner ce dont notre industrie a besoin pour être viable à long terme.

**Le président:** Merci.

Monsieur Julian.

**M. Peter Julian (Burnaby—New Westminster, NDP):** Merci à nos témoins.

Je peux comprendre qu'il est très frustrant quand on étudie un marché d'exportation et que les règles du jeu ne cessent de changer. Je veux juste clarifier les commentaires que vous avez faits au sujet du COOL.

Ce qui ressort clairement des trois exposés, c'est votre grande préoccupation à l'égard des lignes directrices volontaires que le secrétaire Vilsack a essentiellement imposées. Pouvez-vous accepter les règles du COOL, telles qu'elles ont été annoncées en janvier? Demandez-vous que, lors de notre rencontre à Washington, nous rejetions les lignes directrices volontaires? Ou les lignes directrices et les règles du COOL vous préoccupent-elles?

**M. John Masswohl:** Oui, les deux.

Au bout du compte, ce n'est pas que nous ayons peur de mettre en marché le boeuf canadien aux États-Unis. Si nous devions étiqueter le boeuf que nous expédions aux États-Unis comme étant d'origine canadienne, je pense que les États-Unis seraient en droit de nous demander de le faire. Ce qui nous pose problème, c'est qu'ils demandent que l'étiquette sur le boeuf vendu au détail indique le pays où l'animal est né.

Ils ne respectent pas l'accord de l'OMC et l'ALENA de deux manières.

Ted a expliqué la première. Quand un animal est transformé, conformément aux règles commerciales, la viande provient du pays où elle est transformée.

Dans l'ALENA, une autre disposition énonce que lorsqu'on fabrique un produit — peu importe s'il s'agit de viande ou de meubles —, on n'indique pas l'origine des intrants sur l'étiquette du produit fini.

Ils ne respectent donc pas l'accord commercial à ces égards. Tout compte fait, ce que nous voulons, c'est que les États-Unis reconnaissent que le lieu de l'abattage établit l'origine de la viande.

**M. Jurgen Preugschas:** Je pense que cette situation contribue aussi à affaiblir la compétitivité de l'Amérique du Nord sur la scène internationale. Ensemble, le Canada et les États-Unis comptent pour près de 50 p. 100 du commerce mondial du porc. Par conséquent, l'Amérique du Nord est moins concurrentielle par rapport au reste du monde, simplement à cause des coûts supplémentaires que doivent assumer les usines de transformation aux États-Unis.

**M. Peter Julian:** D'accord. Vous convenez donc que ce sont les deux.

**M. Jurgen Preugschas:** Tout à fait.

**M. Peter Julian:** D'accord. Je n'en étais pas certain, à la lumière de votre exposé.

J'aimerais passer à la question suivante...

**M. Martin Rice:** Par contre, si vous le permettez, nous voulons simplement confirmer que nous étions disposés à donner un peu de temps, après l'annonce de cette règle définitive en janvier et avant la déclaration du secrétaire à l'Agriculture de son intention d'exiger des mécanismes de conformité additionnels, ces étapes additionnelles, histoire de voir si la situation se serait réglée. Nous cherchons des moyens de pratiquement changer le système pour qu'il réduise ou élimine en grande partie cette distorsion, ce rabais, qui s'applique maintenant à nos animaux. Nous n'étions pas disposés à renoncer complètement à l'occasion d'aller jusqu'au bout à cet égard, car nous croyons que le COOL va à l'encontre des obligations commerciales que les États-Unis et le Canada se sont engagés à respecter.

• (1010)

**M. Peter Julian:** Merci.

Monsieur Haney, vous défendez ardemment vos intérêts. Je peux certainement comprendre cela. Nous avons entendu beaucoup de témoignages ces dernières années au comité sur notre minuscule budget de promotion des produits du Canada par rapport à celui d'autres pays: l'Union européenne consacre 25 millions de dollars à la promotion de ses produits de vin partout dans le monde; l'Australie dépense un demi-milliard de dollars. On se trouve devant ces sommes faramineuses destinées à la promotion de produits, et vous avez pourtant parlé, monsieur Haney, d'un montant de 7,7 millions de dollars sur trois ans, dont la majeure partie servira essentiellement à entretenir l'infrastructure.

J'aimerais savoir à combien s'élèvent les sommes disponibles pour la promotion des produits de boeuf et de porc canadiens exportés aux États-Unis et ailleurs dans le monde. C'est ma première question.

Deuxièmement, connaissez-vous les budgets dont disposent nos concurrents pour de pareilles exportations? D'autres pays font beaucoup plus que le Canada pour ce qui est d'appuyer leurs industries.

Puisque que je n'ai que sept minutes, ma troisième question porte sur la capacité de transformation nationale. Vous avez parlé de l'élaboration d'une chaîne de valeur pour le commerce de la viande. Avons-nous la capacité de transformation au pays pour y parvenir? Et que faut-il faire pour accroître cette capacité?

Pour terminer, les usines de transformation américaines sont-elles nos alliées dans cette lutte contre le COOL? Et quand nous irons à Washington, devrions-nous communiquer avec ces usines pour accroître nos moyens de pression?

**M. Ted Haney:** Je vais m'attarder quelques instants sur l'industrie du boeuf. Environ dix millions de dollars sont consacrés annuellement pour la promotion de nos produits à l'échelle internationale, y compris aux États-Unis. Nous savons que notre principal concurrent à l'extérieur de l'Amérique du Nord reçoit environ 40 millions de dollars en financement direct.

La différence cependant, c'est que nous devons nous contenter de ce montant, de 10 millions de dollars. Aux États-Unis, ils ont des concessions à l'égard des tarifs de location des bureaux internationaux et partagent des ressources qui se trouvent dans des bureaux d'échanges agricoles, situés dans les ambassades des États-Unis partout dans le monde. Il n'y a rien de tout cela pour l'industrie canadienne. Le soutien qu'on nous offre est beaucoup moindre.

Par exemple, en Australie, Meat & Livestock Australia, malgré son excédent budgétaire de 100 millions de dollars, reçoit aussi un montant considérable pour la promotion et le développement des exportations.

Chose certaine, nous avons fait beaucoup de chemin pour ce qui est de mettre en place des ressources, surtout en cette période difficile, mais notre industrie est encore relativement petite. Nous avons besoin de l'appui de nos alliés, nous devons mieux intégrer les ressources qui proviennent des ambassades et nous devons les mettre à la disposition de l'industrie de manière significative. À bien des égards, il existe toujours cette dichotomie radicale entre le rôle de l'ambassade et celui de l'industrie, qui est laissée à elle-même. Il n'existe aucune philosophie de bureaux d'échanges agricoles à l'extérieur du Canada, à mi-chemin entre le public et le privé. Ce serait extrêmement utile.

C'est ainsi que nous percevons l'agriculture. Le développement des exportations n'est plus l'apanage du gouvernement. Elle n'a jamais relevé uniquement de l'industrie. C'est une responsabilité partagée. Trouver des moyens de combiner des ressources de manière plus productive sera résolument à notre avantage à long terme.

La capacité est un résultat économique. Nous pouvons davantage utiliser nos capacités aujourd'hui avec l'accès aux produits et la capacité d'en faire la promotion et, lorsque c'est rentable, notre industrie a toujours profité de nouvelles capacités, à partir d'indicateurs économiques.

Nous avons découvert que les capacités des Américains au Canada ont été un allié des exportations canadiennes. Nous devons toujours comprendre qu'une entreprise qui est exploitée au Canada et dans bien d'autres pays a un plan d'activités commerciales. Il peut être parfaitement aligné sur un programme national ou être un peu différent parfois. Notre objectif consiste à veiller, dans la mesure du possible, à ce que les plans d'activités des entreprises soient alignés sur notre programme national et que nous fassions la promotion des produits canadiens à l'échelle internationale.

Dans l'ensemble, nous avons travaillé fort pour établir ces relations et, au chapitre des exportations, les entreprises internationales ont été nos alliés.

• (1015)

**M. John Masswohl:** Je peux affirmer clairement qu'aux États-Unis, certains de nos alliés se rendent compte que cette loi est mauvaise pour eux. Les entreprises qui achètent ce bétail, s'il s'agit d'usines de transformation de la viande...

**M. Peter Julian:** Pardonnez-moi de vous interrompre, mais pourriez-vous remettre ces noms au comité?

**M. John Masswohl:** Certainement.

Les usines de transformation achètent des bovins de finition à un coût moindre à cause des coûts supplémentaires qui s'y rattachent. Il n'y a rien à refiler. Toute la valeur est perdue dans le système. Elles ne veulent certainement pas assumer ces coûts. Elles ne veulent pas réduire les prix, mais elles y sont obligées.

Pour ce qui est des parcs d'engraissement, ils achètent nos bovins d'engraissement qui sont aussi d'excellente qualité. Ils les achètent pour une raison: leur excellent rendement. Mais ils doivent les manipuler séparément. Là encore, ce sont des pertes qu'ils ne veulent pas assumer.

Nous remettons le nom des alliés à la greffière.

Merci.

**M. Martin Rice:** Pour le secrétariat à l'accès aux marchés, nous espérons entre autres que le Canada aura un programme un peu plus coordonné pour régler les problèmes liés à l'accès aux marchés. Ce pourrait être aussi simple qu'un certificat d'exportation, c'est-à-dire le document reconnu par les deux pays qui prouve au pays importateur que les exigences en matière de sécurité alimentaire sont respectées par le pays exportateur, et reconnue par l'organisme responsable de la sécurité publique du pays exportateur. Ces certificats viennent à échéance à une date donnée. Faute de coordination entre l'Agence canadienne d'inspection des aliments, le ministère du Commerce, le ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire et l'industrie, pour qu'ils sachent ce qui les attend s'ils sont aux prises avec d'autres enjeux politiques — ce qui nous est arrivé quand nous sommes allés en Russie il y a un an environ —, ces certificats peuvent devenir un instrument à utiliser dans le cadre des différends commerciaux. Ces litiges devraient être entièrement laissés entre les mains des organismes responsables de la sécurité alimentaire.

Il est important que nous ayons un calendrier des tâches à venir pour les accomplir en temps voulu et pour qu'elles ne deviennent pas des enjeux politiques. Nous avons été exclus du marché russe pendant quatre mois environ, et les importations étaient considérables à ce moment-là. Nous avons perdu plusieurs millions de dollars.

**M. Peter Julian:** Avez-vous la liste des activités de promotion?

**M. Martin Rice:** Oui, nous serions certainement très loin derrière nos principaux concurrents pour ce qui est de l'ensemble des ressources gouvernementales mises à notre disposition par l'entremise des aspects techniques, des activités de promotion menées par les ambassades et ce genre de coopération. Ted a mentionné que nous serions bien loin derrière nos concurrents à cet égard.

**M. Jürgen Preugschas:** Le budget de Canada Porc International pour son nouveau plan d'activités échelonné sur plus de cinq ans s'élève à 5,5 millions de dollars. Nous exportons trois fois plus de tonnes que l'industrie du boeuf, et notre budget est trois fois moindre. Nous n'avons pas la capacité d'obtenir plus de financement. La moitié de ces fonds proviennent de nos producteurs et aussi des usines de transformation — ceux qui s'occupent du marketing — qui vendent les produits. Le gouvernement accorde très peu de financement. C'est divisé de façon égale de sorte que la moitié des fonds sont versés par le gouvernement et l'autre moitié, par l'industrie.

Vous avez posé une question concernant notre industrie de transformation nationale. Nous avons une certaine capacité au Canada pour faire prendre de l'expansion à l'industrie, et si nous avons des marchés, elle serait élargie de manière à répondre à la demande de ces marchés. Mais bien entendu, la main-d'oeuvre a présenté un gros problème, surtout dans l'Ouest, car il a été difficile pour ces usines de tourner à pleine capacité, simplement parce qu'elles n'ont pas de main-d'oeuvre suffisante.

**Le président:** Merci.

Je pense que c'est en train de changer. Je l'espère.

Nous allons passer à M. Keddy.

**M. Gerald Keddy (South Shore—St. Margaret's, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je souhaite la bienvenue à nos invités. C'est une discussion fort intéressante que nous avons aujourd'hui.

Je vais partager mon temps de parole avec M. Holder.

J'ai quelques questions concernant l'étiquetage du pays d'origine. Je ne sais pas si nous pouvons laisser tomber, dans une certaine mesure, les aspects positifs de l'étiquetage du pays d'origine, notamment la capacité de retracer la provenance de l'animal jusqu'au cheptel ou au parc d'engraissement. Je pense que ce sont là des mesures de marketing positives.

Si l'on regarde ce qui s'est passé dans le secteur du bois d'oeuvre durant le fiasco initial dans l'affaire du bardeau dans les années 1980, le pays d'origine était indiqué sur le gros bois d'oeuvre et les grumes à cette époque. Cet étiquetage a soustrait le Canada atlantique à des droits compensateurs et à des droits antidumping aux États-Unis, car nous pouvions retracer tout notre bois provenant de boisés privés dans un régime différent de celui qui était en place ailleurs au pays. Même si nous nous y sommes opposés énergiquement à l'époque, il présentait un avantage en bout de ligne.

Je veux juste faire quelques commentaires sur la capacité de retracer le produit et sur le fait que nous pouvons rivaliser avec n'importe quel autre pays dans le monde. Vous suggérez de moderniser les stratégies et les philosophies de négociations commerciales. J'aimerais que vous nous donniez des exemples. Et vous avez parlé d'une plus grande souplesse dans les négociations commerciales. Que recommanderiez-vous?

Tout d'abord, surtout en raison des préoccupations liées à la sécurité alimentaire de nos jours, à quel point est-il important de pouvoir retracer la provenance de l'animal jusqu'au cheptel ou à la ferme d'origine pour faire la promotion d'un produit sûr et pouvoir soutenir la concurrence mondiale?

• (1020)

**M. Dennis Laycraft:** Je peux dire qu'il y a deux questions distinctes ici.

Si on jette un oeil à la législation en vigueur aux États-Unis relative à l'étiquetage du pays d'origine, elle interdit au département américain de l'Agriculture de mettre en place un système d'étiquetage obligatoire à cette fin.

• (1025)

**M. Gerald Keddy:** Je comprends cela.

**M. Dennis Laycraft:** Ils se sont heurtés à de la résistance. En ce qui concerne l'étiquetage, ils veulent qu'ils soient indiqués pour les bovins gras « Canada-États-Unis », plutôt que « États-Unis-Canada » ou « États-Unis-Canada-Mexique ». C'est simplement devenu un problème de gestion des stocks pour tous les distributeurs et les détaillants au lieu d'un avantage perçu là-bas. Lorsque des alliances et des capacités existent pour le faire, nous pensons qu'avec l'avantage de l'industrie canadienne du boeuf et certaines initiatives de commercialisation du secteur privé, nous pourrions le concrétiser sans être...

On estime qu'il en coûtera 3,9 milliards de dollars pour mettre en place l'étiquetage complet du pays d'origine. Auriez-vous pu trouver pire moment pour ajouter ces coûts à l'industrie de la viande?

À mesure que nous avançons, nous croyons que les possibilités dont vous avez parlé existent, mais nous pensons que les systèmes auxquels nous travaillons nous faciliteront la tâche à cet égard.

Nous sommes aussi préoccupés par le fait que ce type de règle que le secrétaire a annoncé sous la menace que si on n'adhère pas à ces procédures coûteuses supplémentaires pour faire... À mon avis, nous avons observé plus de problème dans l'industrie du porc que dans l'industrie du boeuf. Mais les règles ne sont pas conformes à celles de l'OMC, et il en va de même avec les règles actuelles. Nous devons évidemment faire preuve de vigilance à cet égard.

Nous avons formulé 25 recommandation dans un rapport que nous avons déposé. La Beef Export Federation a travaillé entre autres avec le Conseil canadien du porc, le Canada Porc International. Il existe toutes sortes de mesures pour accroître nos capacités. Il y a notre capacité de négocier l'accès aux marchés dans le cadre de négociations techniques. C'est ainsi que nous combinons les forces du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, le travail d'Agriculture et Agro-alimentaire Canada dans la négociation d'un accord sur les normes vétérinaires, dans notre cas avec l'ACIA, en vue de travailler avec l'industrie.

Il arrive très rarement que l'on ne fait qu'examiner l'aspect scientifique dans ces négociations. Le cas échéant, tous les marchés seraient ouverts à pratiquement tous nos produits. C'est la manière de combiner le tout, de réunir les bonnes personnes et de prendre les mesures en temps voulu. Comme nous l'avons découvert lors de la fermeture de la frontière, on nous a posé des questions sur nos dépenses à cet égard. Nous sommes le troisième exportateur en importance de bovins vivants et de boeuf. Nos amis oeuvrant dans l'industrie du porc sont souvent le plus grand exportateur dans le monde. Nous sommes clairement l'un des plus importants exportateurs et producteurs de viande rouge au monde. Nous avons besoin de cette capacité pour aller de l'avant.

Je pense que nous pourrions consacrer une séance entière sur comment nous pourrions faire du Canada le chef de file mondial. C'est essentiellement l'objet de notre rapport. Nous croyons que le Canada devrait être le pays qui dispose des plus grandes capacités dans ce secteur, puisque nous sommes l'un des plus grands exportateurs de produits agricoles au monde.

**M. Gerald Keddy:** Vous avez fait plusieurs recommandations sur la manière dont nous devrions négocier avec les Américains ou à l'OMC. Quelles sont-elles précisément, et qu'entendez-vous par « souplesse »?

**M. Dennis Laycraft:** Quand j'ai parlé de souplesse, c'était dans le contexte de l'OMC.

Nous savons tous qu'une résolution a été adoptée à la Chambre des communes selon laquelle aucune concession ne devrait essentiellement être accordée pour les produits soumis à la gestion de l'offre. Nous ne sommes pas ici pour nous attaquer à la gestion de l'offre, mais quand notre négociateur s'assure que chacun négocie tous les éléments d'une entente, nous estimons que notre secteur et les autres secteurs sont désavantagés quand nous ne pouvons pas participer pleinement au processus. Nous croyons parfois que nos intérêts ne sont pas pris en considération à des moments clés des négociations.

Nous avons bon espoir que les discussions à l'OMC reprendront une fois qu'il y aura un nouvel engagement, mais c'est surtout dans le but de discuter de toutes ces questions et d'examiner l'orientation de l'OMC. C'est ce que nous entendons par « une plus grande souplesse ».

**M. Martin Rice:** Je vais ajouter quelques commentaires du point de vue de l'industrie du porc.

En ce qui concerne l'étiquetage du pays d'origine, je pense qu'il importe de nous rappeler que les consommateurs n'en ont pas fait la demande.

**M. Gerald Keddy:** Je ne dis pas que ce n'est pas du protectionnisme américain, qu'on me comprenne bien. Je sais parfaitement ce que c'est. J'essaie simplement de voir s'il y a un bon côté.

Nous nous retrouvons avec des mesures qui nous sont imposées et que nous devons sans aucun doute essayer, en tant que gouvernement, de corriger pour le compte de l'industrie. J'imagine que ma question portait sur la capacité de promouvoir sur votre marché que notre boeuf ou notre porc est le meilleur et le plus sûr au monde, et que chaque fois que nous trouvons un problème, nous pouvons l'éliminer très rapidement. C'est ce que je voulais dire.

**M. Martin Rice:** D'accord, mais par l'entremise de ce marché intégré, nous ne perdons pas la capacité de suivre ces mouvements. Nous avons résolument tiré parti des possibilités de spécialisation que l'ALENA et d'autres accords commerciaux ont offertes dans des secteurs où nous avons des avantages. Le COOL crée de la dissension dans toute cette affaire, ce qui perturbe énormément d'investissements.

**M. Gerald Keddy:** Oui, je l'ai constaté.

**M. Martin Rice:** Pour ce qui est de la souplesse à l'égard des négociations commerciales, Canada a signé l'accord-cadre de 2004, et la rigidité de sa position de négociation le répudie, le rétracte de l'engagement qu'il a pris. Comme Dennis la dit, je pense qu'elle nuit à notre capacité de négocier pour faire valoir la libéralisation des échanges commerciaux que nous cherchons à obtenir dans d'autres secteurs. Je pense que le Canada doit être en mesure de tenir fermement ses engagements qu'il a pris jusqu'à présent. Les négociations doivent progresser et non pas régresser.

**M. Gerald Keddy:** À cause de l'étiquetage du pays d'origine et des règles changeantes, la situation était une chose en 2008, c'en était une autre en décembre, et en janvier, nous ne le savons pas vraiment; il y a encore sans cesse des changements.

Quand nous irons à Washington en avril, quel message aimeriez-vous que nous transmettions à nos homologues américains au sujet de l'étiquetage du pays d'origine?

Je comprends que dans un marché intégré, on préfère accepter qu'il soit intégré, de suivre les règles de l'OMC et de l'ALENA; il faut simplement l'accepter comme il est. Outre les litiges ou les négociations coûteuses, je dirais que la réponse rapide serait d'avoir des alliés aux États-Unis, les usines de transformations aux États-Unis qui dépendent des bovins et des porcelets sevrés canadiens, qui font du lobbying auprès des membres du Congrès et des sénateurs aux États-Unis.

• (1030)

**M. Jurgen Preugschas:** Je vais commenter là-dessus.

Je crois que nous vous avons remis certains points de discussions que vous pourriez aborder lorsque vous irez aux États-Unis. Nous pensons qu'ils sont essentiels. Je veux en souligner quelques-uns.

Beaucoup de petites exploitations agricoles indépendantes aux États-Unis dépendent des porcs d'engraissement. Je pense que c'est un bon exemple à donner aux représentants des États-Unis. Des recherches ont révélé qu'environ 1 375 exploitations agricoles indépendantes sont vulnérables et à risque en raison de ces règlements, du fait de l'intégration au Canada.

Bien entendu, en raison de la crise économique mondiale qui sévit à l'heure actuelle, il est insensé pour les Américains de mettre autant d'emplois en péril. Si nous cessons de faire abattre 10 millions de porcs aux États-Unis, la survie de plusieurs usines de transformation du porc sera en péril, ainsi que l'emploi de tous les travailleurs de ces usines.

Je pense que ce sont des faits de ce genre que les membres du Congrès et les sénateurs vont comprendre. Vous allez peut-être éclairer leur lanterne quand vous leur présenterez ces données.

**M. John Masswohl:** J'allais ajouter qu'il y a des messages pour l'administration et des messages pour le Congrès. L'administration doit mettre en oeuvre la loi que le Congrès lui remet, et un très grand nombre des problèmes fondamentaux que nous avons ont trait à la loi proprement dite.

Pour ce qui est des membres de l'administration, je pense que vous pouvez essayer de leur faire comprendre en quoi consiste cette loi, qu'il s'agit d'une initiative de marketing et non pas d'un problème de sécurité alimentaire. Certains des représentants de la nouvelle administration ont fait des commentaires qui laissent entendre que c'est un problème de sécurité alimentaire, ce qui amène le dossier dans la mauvaise direction. Nous pensons qu'ils doivent leur faire entendre raison à cet égard.

Pour ce qui est des membres du Congrès, je pense qu'il est de normal de leur rappeler que le Canada est un client important pour leurs exportations. Je suis certainement d'accord avec Jurgen pour dire que cette loi nuit à leur production en ajoutant des coûts qui les rendent moins concurrentiels, mais nous achetons aussi beaucoup de leurs viandes, fruits, légumes et autres produits.

En fait, quand ils s'adresseront à vous, les représentants de l'ambassade vous présenteront probablement des graphiques montrant que chaque Canadien consomme environ pour 470 \$ de produits agricoles importés des États-Unis chaque année. Je ne me souviens pas du chiffre exact, mais je pense que les Américains consomment environ l'équivalent de 55 \$ de produits agricoles canadiens chaque année. Le ratio est d'à peu près 9 pour 1. Si on calcule par habitant, la balance commerciale est à leur avantage.

Au bout du compte, je pense que le seul moyen que nous réussissons probablement à changer la loi, c'est par l'entremise de recours devant l'OMC et d'une décision leur étant défavorable. Mais il s'agit de graisser les rouages en cours de route, pour les aider à comprendre qu'ils devront un jour changer la loi, et de leur en expliquer la raison.

**Le président:** Nous allons maintenant entendre M. Cannis.

**M. John Cannis (Scarborough-Centre, Lib.):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Permettez-moi aussi de souhaiter la bienvenue à notre groupe d'experts. J'ai trouvé la discussion très intéressante. Tout ce dont une personne comme moi, qui a grandi au centre-ville de Toronto, se soucie, c'est si elle peut acheter au magasin un produit de qualité qui a l'air frais. Je suppose que nous grandissons en ignorant totalement ce qui se passe exactement à l'arrière-scène.

Il y a quelques années, des représentants de la Cattlemen's Association, quand nous étudions les problèmes de l'ESB — je

pense que c'était notre bon ami Peter Goldring qui les a présentés —, ont fait un arrêt dans ma circonscription. Nous avons fait un barbecue, et des centaines de personnes sont venues. Elles voulaient savoir et comprendre ce dont il était question. Plus que j'en sais, plus je suis en mesure de parler à mes électeurs et de comprendre ce problème.

Permettez-moi de dire tout d'abord, Ted, que vous avez fait un travail remarquable pour le compte de la fédération. Si j'étais de l'autre camp, à vous entendre parler... Vous savez, vous débordez d'enthousiasme. Continuez votre excellent travail.

J'ai entendu toutes sortes de déclarations aujourd'hui, et je ne sais pas par où commencer, monsieur le président. Je pense que je vais commencer par le dernier aspect.

Vous avez parlé d'un recours devant l'OMC. C'est une question de temps et un processus qui coûte cher. Nous venons d'en terminer avec le dossier du bois d'oeuvre: il a fallu y consacrer des années, du temps et de l'argent. J'aimerais savoir si on peut accélérer le processus d'une façon ou d'une autre, par tous les moyens possibles, et non pas contourner le problème, mais... Il faut bien entendu tenir compte du financement. Si je me souviens bien, les intervenants dans le dossier du bois d'oeuvre ont comparu devant ce même comité il y a plusieurs années et il ont dit: « Nous sommes ici et nous avons simplement besoin de fonds supplémentaires pour traverser cette crise ». Vous pouvez peut-être nous suggérer des moyens de régler le problème de l'OMC.

J'ai bien hâte de voir la liste, si c'est possible, John. Pourquoi? Parce que c'est aussi une question de votes pour ces membres du Congrès et ces sénateurs aux États-Unis. Les Américains ne connaissent peut-être pas toute l'histoire. Nous pourrions peut-être être un peu plus proactifs. Parfois, nous pouvons effectivement rencontrer les membres du Congrès et les sénateurs, mais nous devrions peut-être revoir notre stratégie nationale et nous adresser aux gouverneurs, par exemple, ou aux représentants d'État, etc. et les informer de la situation. C'est juste une suggestion.

J'aimerais aborder un peu plus en détail la question du soutien. Quand j'ai présidé ce comité il y a plusieurs années, nous avons parlé du PDME. C'était un programme qui existait il y a de nombreuses années. Dans mon rapport, j'ai recommandé que nous examinions la possibilité de le rétablir, car c'est complètement absurde, si je me fie à ce qu'on me dit quant au type de financement dont vous parlez, Jurgen, et si l'on regarde l'industrie dans son ensemble.

Ted, vous avez parlé du soutien qui est en place et de l'infrastructure que d'autres pays ont, mais que nous n'avons pas. Pourquoi est-ce ainsi? Nous avons des ambassades, nous avons une infrastructure.

J'aimerais que vous nous parliez d'autres marchés. Sommes-nous sur la bonne voie en ce qui a trait à l'Accord de libre-échange Canada-AELE? Pouvez-vous ajouter quelque chose à ce sujet?

J'aimerais savoir si vous croyez que nous allons dans la bonne direction en signant des accords de libre-échange comme celui avec la Colombie, par exemple. Je ne suis pas en train de dire que nous devrions nous éloigner d'un marché solide comme celui des États-Unis; au contraire. Mais sommes-nous sur la bonne voie? Devrions-nous conclure des ententes bilatérales?

Permettez-moi de citer quelqu'un qui a dit que nous « avons besoin d'un engagement plus ferme ». Pouvez-vous expliquer plus en détail ce qu'on entend par « un engagement plus ferme »? Est-il question d'infrastructure, comme Ted l'a dit? Est-ce que cela signifie plus d'argent de la part...? Vous avez fait référence à la Société pour l'expansion des exportations.

En passant, j'aimerais que vous nous parliez de cette organisation. Est-elle coopérative? Y avez-vous accès? Ou est-il difficile d'obtenir du soutien de la Société pour l'expansion des exportations ou d'Exportation et Développement Canada? Quelles sont les autres façons que le gouvernement fédéral appuie vos initiative? Et s'il n'y en a aucune, quelles autres suggestions feriez-vous quant à ce que le gouvernement peut faire plus précisément, que ce soit au chapitre du financement, de l'infrastructure ou peu importe?

Je pense que j'ai posé assez de questions.

•(1035)

**Le président:** En effet, vous avez probablement posé suffisamment des questions pour qu'on se rende jusqu'à midi.

Je pense que tout le monde veut intervenir à cet égard.

Voulez-vous commencer, monsieur Laycraft?

**M. Dennis Laycraft:** D'accord. Je vais parler brièvement du COOL.

Nous convenons tous que le problème avec l'OMC et l'ALENA, c'est que le processus est long et varié. On peut faire de tout, depuis des appels jusqu'à l'élaboration de différentes règles.

En bout de ligne, nous finirons par apporter des changements aux exigences du COOL. Je ne crois pas qu'elles vont disparaître. Elles vont continuer de s'appliquer aux produits du boeuf frais.

Quand vous déposez un recours, il y a toujours la question de savoir si elle nuit à votre capacité de négocier en même temps ou si elle l'améliore. Je pense que dans ce cas-ci, les intérêts des Américains exerçaient des pressions en même temps que les nôtres. Il est extrêmement important de collaborer avec ces alliés, surtout depuis qu'ils ont une nouvelle administration et un nouveau Congrès.

Je tiens à dire que notre ambassade à Washington est exceptionnelle. Tous les employés et toutes les personnes-ressources font un travail remarquable, et nous travaillons en étroite collaboration avec eux. Que ce soit nous ou eux les fournisseurs, nous sommes tout à fait convaincus qu'ils feront de l'excellent travail.

La solution de rechange est de négocier, et je pense que nous avons fait un piètre travail à cet égard comme pays et industries. Nous dépensons beaucoup plus en effectuant le travail en ce moment, mais je pense que nous avons négligé de décrire nos relations commerciales avec les États-Unis. D'après les chiffres que John a remis, je présume que bien peu de Canadiens ont la moindre idée de l'importance de ces relations.

Nous rencontrons toutes les trois à cinq semaines des membres du Congrès américain, leur personnel et d'autres représentants. Nous sommes très heureux d'entendre que vous irez là-bas. Nous nous ferons un plaisir de transmettre vos messages.

J'ai récemment vu une photo montrant une personne en train de transporter un produit entre la France et la Belgique. Par contraste, on voyait une autre photo d'un produit canadien transporté vers les États-Unis, en passant par Windsor. Sur la première image, on voyait un panneau et une autoroute déserte et sur la deuxième, une file de camions.

Plus nous pouvons en faire... et cela ne se résume pas au COOL. C'est tout l'établissement d'une capacité restaurée et améliorée pour acheminer les produits et les services dans les deux directions qui compte vraiment. À mon avis, bien des gens devront faire des démarches pour convaincre un grand nombre de personnes aux États-Unis que les deux pays peuvent y gagner grandement.

Je vais m'arrêter là.

•(1040)

**M. Jurgen Preugschas:** Je ne vais pas parler du COOL. Il y a tellement de questions à poser, et Dennis a abordé le sujet.

Je suis certainement d'accord avec vous pour ce qui est des gens à qui s'adresser aux États-Unis; je pense qu'il faut absolument parler aux représentants d'État, que c'est critique. Nous menons une initiative pour cibler les intervenants qui dépendent de notre bovin vivant. Nous travaillons avec eux pour créer un groupe de revendication américain qui bénéficiera de notre appui. Les Américains ont parlé à leurs représentants au Congrès, à leurs sénateurs et à leurs représentants d'État. À notre avis, ce doit être une approche à plusieurs volets. On ne peut pas juste emprunter une seule voie. Plus nous pouvons rejoindre les personnes qui sont touchées par le COOL, plus cela rend de l'importance.

Vous avez demandé si nous croyons avoir besoin de fonds supplémentaires, ou de ce genre de ressources pour développer l'industrie.

Nous estimons, et notre...

**M. John Cannis:** Jurgen, n'hésitez pas à en faire la demande. Dites simplement que vous avez besoin d'un soutien financier. L'industrie du bois d'oeuvre l'a fait.

**M. Jurgen Preugschas:** Il ne fait aucun doute que nous en avons besoin. Nous croyons fermement à la diversification de nos marchés. Comme Ted l'a dit, les longes sont expédiées à un endroit, les jambons, à un autre, et le bacon et les abats comestibles, ailleurs. Il est vraiment important que nous ayons de nombreux marchés. La promotion de ces marchés coûte cher. Comme vous pouvez le constater, notre budget est très petit.

Nous avons demandé au ministre de l'Agriculture, et nous vous exhorterons certainement à nous appuyer dans notre démarche, d'établir un fonds spécial grâce auquel l'industrie du porc pourrait avoir accès à des sommes importantes pour l'aider à diversifier ses marchés. Des mesures comme le COOL ne seraient alors pas aussi nuisibles qu'elles le sont aujourd'hui. Nous pensons que c'est vraiment important.

En ce qui concerne les ententes bilatérales, nous devons absolument exercer des pressions sur l'UE, comme vous l'avez mentionné, et d'autres pays — la Colombie, le Pérou et la Corée. Je sais qu'on l'a déjà dit, mais nous ne pouvons pas hésiter à demander de l'aide pour cela également. Nous devons comprendre que les industries du boeuf, du porc et des céréales contribuent au PIB du Canada. Nous ne pouvons pas laisser certaines des industries qui veulent limiter l'accès au commerce nuire à nos intérêts.

Nous ne voulons pas porter atteinte à la gestion de l'offre, mais nous ne pouvons pas subir des préjudices non plus. C'est donc une question à double tranchant. Vous devez vous battre pour nous — ceux d'entre nous qui créent des emplois au pays — et pour ce que nous faisons. Je pense donc que c'est vraiment important.

Bien entendu, le manque de financement pose un peu problème, surtout pour ceux qui essaient d'exporter à l'extérieur du Canada à l'heure actuelle. Si nous pouvons aider, surtout dans les pays en développement, pour qu'Exportation et Développement Canada ou peu importe le groupe donnent accès à du financement, nous pourrions continuer de commercialiser nos produits partout dans le monde.

•(1045)

**M. John Cannis:** C'est formidable.



Merci, monsieur le président.

Je les remercie car ils ont soulevé un autre point, à savoir qu'il faut investir dans l'infrastructure. Ils ont parlé des services frontaliers et de l'efficacité du transport. Je les remercie d'avoir ajouté ce point.

**Le président:** Bien.

Monsieur Holder.

**M. Ed Holder (London-Ouest, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je voulais partager mon temps de parole avec M. Keddy, mais nous n'avons pas beaucoup de temps.

J'aimerais remercier nos invités. Je pense que la discussion a été extrêmement instructive, et je les remercie d'être venus et de nous avoir fait part de leurs commentaires.

Plus particulièrement, j'allais juste poser rapidement une question car elle se rattache, en un sens, à nos prochaines réunions. Vous parlez du libre-échange et de ses partisans et vous cherchez à accroître les exportations de porc et de boeuf. Vous savez que nous avons présenté un projet de loi habilitant relativement aux ALE avec la Colombie et le Pérou, mais ce sont de petits marchés. Nos voisins du Sud sont notre plus gros marché. J'essaie de comprendre pourquoi ces accords de libre-échange sont si importants pour vous. Je n'essaie pas de changer de sujet, mais j'aimerais savoir pourquoi puisqu'il est question de libre-échange.

**M. Jurgen Preugschas:** L'accord avec l'UE n'est pas petit. Il serait très important. Nous parlons des accord avec la Colombie, des pays du CA4, du Pérou ou de la Corée. Ils sont peut-être petits, mais ils représentent des marchés importants pour des produits précis. Les pays du CA4, par exemple, achètent beaucoup de coupes de viande grasse, et ce n'est pas tout le monde qui en veut. Ils achètent aussi les peaux. Comme c'est un marché limité, il est essentiel.

Nous devons comprendre cela pour chacun de ces accords, car même si le tonnage n'est pas élevé, ces marchés sont très importants pour vendre tout l'animal.

**M. Ed Holder:** Merci.

Votre réponse ressemble-t-elle à celle-ci?

**M. John Masswohl:** Oui, mais je ferais une distinction. Je veux juste clarifier ce que nous voulons dire quand nous parlons de l'accord commercial avec l'Europe. Il y a l'accord de libre-échange avec l'AELE, qui est déjà à l'étude au Parlement et qui, pour ma part, est un désastre. C'est un bon exemple de comment ne pas négocier un accord commercial. Il ne renferme aucune disposition sur le boeuf. Nous ne pouvons pas exporter notre boeuf ou notre bovin à Liechtenstein, en Suisse et en Islande. Je pense que nous pouvons exporter du matériel génétique. Cet accord ne traite aucunement du boeuf.

Maintenant, pour ce qui est des négociations commerciales avec l'Union européenne — elles n'ont pas commencé encore, mais elles sont en cours de préparation —, nous voulons nous assurer que le gouvernement commence par un mandat de négociation pour que nous puissions expédier des quantités illimitées de boeuf en franchise de droits en Europe. C'est l'objectif visé. C'est un énorme marché. Les Européens consomment l'équivalent de huit millions de tonnes de boeuf par année et nous n'exportons presque rien en Europe. C'est ce que nous chercherons à faire dans le cadre de ce mandat.

Merci.

**M. Ed Holder:** Merci.

Allez-y.

**M. Ted Haney:** L'OMC se concentre sur des règles communes, peu importe le pouvoir économique et le pouvoir de négociation des participants. C'est la principale différence entre le processus des ALE et celui de l'OMC. Pour le Canada, les règles communes et notre volonté subséquente en vue de clarifier nos droits et les obligations de nos partenaires au moyen de processus de règlement des différends, qui existent pour être utilisés, illustrent bien les avantages du Canada.

Les ALE ont été quelque peu défensifs pour le Canada. Les États-Unis, l'Australie et d'autres pays ont en général conclu avant le Canada leurs ALE avec des pays comme la Colombie, le Pérou et le Groupe des quatre de l'Amérique centrale ou d'autres pays. Les ALE visent à assurer que notre niveau de pouvoir relativement petit et notre capacité d'exercer ce pouvoir dans ces négociations bilatérales ne se soldent pas par une discrimination institutionnalisée à l'encontre des produits canadiens. Et c'est ce qui est survenu dans le passé. Ce n'est pas nécessairement à notre avantage dans un pays comme le Canada, qui doit d'abord dépendre de règles commerciales communes.

Les ALE présentent des avantages éventuels. Quand ils sont négociés, lorsqu'il y a beaucoup de consultations et de communications entre les négociateurs et les secteurs touchés, nous pouvons accomplir des avancées intéressantes et positives, mais il y a un risque. L'OMC usurpera toujours les avantages éventuels de chaque ALE.

La seule exception éventuelle à la règle, c'est un accord commercial avec l'UE. C'est un marché très riche d'un demi-milliard de personnes, un marché comportant des forces concurrentielles limitées qui nous exposent à des risques, mais en même temps, ce sont des consommateurs qui ont l'argent, la volonté et l'intérêt de payer pour les produits canadiens de grande qualité.

• (1050)

**M. Ed Holder:** Vous savez — et j'ouvre une parenthèse pour parler de l'approche que nous allons adopter lorsque nous irons à Washington —, je crois qu'une bonne négociation, c'est lorsqu'on négocie en fonction de notre force ou de nos connaissances.

Monsieur Preugschas, j'ai aimé vos points de discussion, les sept étapes pour être efficaces à coup sûr dans nos discussions avec les Américains, mais ce qui serait utile dans ce genre de dialogue, c'est de citer en détail les sources.

Vous avez indiqué ici des « estimations produites par des analystes de recherche ». Vous nous avez donné de bonnes statistiques, mais si nous pouvons citer la source, nous pourrions dire, « Nos données sont tirées de telle ou telle source », ce qui ajoute de la crédibilité à nos propos. Je dirais qu'il en va de même pour l'industrie du boeuf. Aidez-nous à avoir le plus de crédibilité possible en nous fournissant les sources précises des informations que vous fournissez. Ça nous serait utile.

Chaque fois que j'ai pris part à des négociations, les autres partis demandent ce qu'ils en retireront. Bien entendu, ce sera clairement ce qui va se passer dans les négociations avec les Américains. Ces pourparlers comportent donc un aspect d'éducation. Mais aussi, il y a la perte éventuelle d'une part de notre marché, et de celui aux États-Unis car nous ne pouvons pas les approvisionner en bovins vivants ou en porcs vivants. Ces données nous seront utiles dans l'avenir. Il est toujours utile de citer ses sources.

C'était davantage un commentaire qu'une question, monsieur le président.

Monsieur Benoit, voulez-vous faire une dernière observation? J'ignore s'il me reste du temps de parole à partager avec vous.

**M. Leon Benoit (Vegreville—Wainwright, PCC):** Combien de temps reste-t-il, monsieur le président?

**Le président:** Nous avons jusqu'à 11 heures.

Prenez quelques minutes, puis je pense que nous allons conclure la séance. Ce sera la dernière question.

C'est un plaisir de vous avoir parmi nous, monsieur Benoit.

Une bonne main d'applaudissements pour M. Benoit...

**M. Leon Benoit:** Vous savez, au temps où nous avions un excellent président au comité, il y avait beaucoup plus...

**Le président:** C'est tout, votre temps est écoulé.

**M. Leon Benoit:** Non, non, je plaisante.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Leon Benoit:** Je voulais aborder trois sujets différents. Je pense que je vais parler des accords de libre-échange.

Vous avez dit que l'accord avec l'AELE n'offrait pas de marché pour le boeuf. Je pense que M. Laycraft a parlé des inconvénients institutionnalisés des accords commerciaux. J'aimerais que vous me donniez quelques exemples de ces inconvénients qui ont été institutionnalisés dans le passé pour que nous puissions les éviter dans l'avenir.

L'accord avec l'AELE ouvre certainement des marchés dans d'autres secteurs. Comment nuit-il au secteur agricole, le cas échéant? J'aimerais savoir plus particulièrement quels sont les torts qu'il a causés, car cet accord est certainement avantageux pour bien des secteurs de notre économie.

**M. Ted Haney:** Je dirais brièvement que l'institutionnalisation de la discrimination a comporté des avantages. C'est équilibré pour ce qui est des ALE. Par exemple, il y a entre autres l'avantage qu'en Colombie, notre accord de base a essentiellement égalé nos accords de libéralisation du commerce des États-Unis dans le cadre de leurs ALE.

Pour le Pérou cependant, beaucoup moins de produits provenant de la carcasse du boeuf canadien sont inclus dans l'engagement à l'égard de la normalisation du commerce. Avant l'ALE, le Canada et les États-Unis avaient un accès égal et équitable au Pérou. Lorsque l'un des deux ALE aura été ratifié, les États-Unis pourront exporter en franchise pour toutes les coupes des carcasses... classées de qualité supérieure aux États-Unis. Le Canada n'exportera qu'une partie de la carcasse.

C'est une discrimination institutionnalisée contre un large éventail de coupes de notre industrie, qui ne sera pas réglée avant au moins 15 ans.

**M. Leon Benoit:** Bien entendu, les États-Unis n'ont pas ratifié cet accord avec la Colombie, comme vous le savez. Le Canada avance en ce sens, à tout le moins.

**M. Ted Haney:** Soit ils vont le faire, soit ils ne le feront pas; c'est difficile à dire. Nous allons le faire pour un an, puis les États-Unis le feront. Les accords-cadres ont été achevés.

Si nous supposons un instant que les deux finiront par ratifier l'accord, c'est de la discrimination institutionnalisée. La structure des accords, tels qu'ils existent aujourd'hui, désavantage le Canada sur le plan commercial par rapport aux États-Unis dans ce marché particulier.

• (1055)

**M. Leon Benoit:** Les tarifs douaniers ont été réduits dans le cadre de l'accord avec l'AELE. Pourquoi la situation ne s'est-elle pas améliorée depuis qu'il a été ratifié?

**M. John Masswohl:** J'imagine qu'il est difficile de dire aux intervenants de l'industrie du boeuf, « La situation ne s'est pas détériorée pour vous dans le cadre de cet accord; allez-vous l'appuyer? »

**M. Leon Benoit:** Mais les tarifs douaniers ont été réduits.

**M. John Masswohl:** Pas pour le boeuf.

**M. Leon Benoit:** Oui.

**M. John Masswohl:** Non. Le boeuf a été exclu de l'accord avec l'AELE.

**M. Leon Benoit:** Je vais vérifier. Vous dites que c'est totalement exclu. Ce n'est pas l'information que j'avais là-dessus.

Pour ce qui est des négociations avec l'Union européenne, qui ont déjà commencé, vous avez parlé de l'importance de l'entente. Pouvez-vous donner quelques conseils sur la manière de procéder? Vous en avez parlé de façon très générale.

**M. John Masswohl:** En Europe pour le moment, notre accès à l'Union européenne est un petit contingent de 11 500 tonnes, que nous partageons avec les États-Unis et qui est taxé à 20 p. 100. Au-delà de ces 11 500 tonnes, le tarif est tellement élevé qu'il en devient prohibitif. C'est tant d'euros la tonne, ce qui équivaut à environ 140 p. 100.

En gros, nous aimerions obtenir un accès illimité, en franchise de droits et de contingentement, à l'Europe, ce qui signifie l'élimination du contingent, du tarif intra-contingent et du tarif hors contingent.

Le Canada a l'habitude de commencer ses négociations pour le libre-échange, ou pour n'importe quelle sorte d'échange, en déclarant qu'il n'augmentera pas les contingents ou qu'il n'éliminera pas les tarifs hors contingent. Pour le Canada, en général, cela s'applique aux produits soumis à la gestion de l'offre. Si le Canada décrète dès le départ qu'il n'a même pas l'intention de discuter ou d'essayer d'obtenir ce genre de choses, alors il aura éliminé l'accès du boeuf à l'Europe.

Nous voulons nous assurer que le Canada ne commence pas à négocier avec l'intention de conserver les tarifs hors contingent. Voilà, en gros, où nous voulons en venir. Je crois qu'il y a de meilleures façons de faire en sorte que les besoins des secteurs soumis à la gestion de l'offre soient satisfaits, sans pour autant couper l'accès du boeuf à la cheville avant même de commencer.

**M. Leon Benoit:** Messieurs, je vous remercie de votre présence.

Je sais que le Canada a toujours eu énormément de difficultés à conclure des marchés pour votre produit, et les produits agricoles en général. C'est le domaine dans lequel il est le plus dur de mener des négociations. Si vous vous penchez sur les difficultés que nous avons avec l'ALENA, vous verrez que la plupart relèvent du secteur agricole, et c'est vraiment dommage. Bien sûr, les Américains se soucient de ce qui est pour leur bien. Vous devez être tenaces. Vous en avez parlé.

Je crois que vos arguments sont parfaits. Vous devez vous concentrer sur les torts causés aux Américains, à leurs électeurs. Je suis certain que c'est la direction que le comité va prendre lorsqu'il va se rendre à Washington.

**Le président:** Je suis d'accord.

Est-ce suffisant?

**M. Peter Julian:** Non, j'ai une autre question.

**Le président:** Non, je crois que M. Benoit a posé assez de questions pour vous.

Messieurs, tout s'est très bien passé aujourd'hui. Merci beaucoup; nous avons reçu beaucoup d'information.

J'aimerais juste répéter la demande, au nom du comité — je crois que trois ou quatre des membres vous ont fait la demande expresse —, de suggestions de représentants possibles que nous devrions rencontrer à Washington, et pas seulement des membres du Congrès, mais aussi des gens de leur industrie, ou toute autre suggestion que vous auriez à nous faire.

Je vous prie de soumettre au greffier le nom des gens à qui il pourrait être utile de parler, autant pour nous que pour vous.

Monsieur Rice.

**M. Martin Rice:** Monsieur le président, avez-vous une date provisoire maintenant pour le voyage du comité à Washington?

**Le président:** Oui, nous y allons les 26 et 27 avril, soit dans deux semaines.

Merci encore.

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.**