



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 040 • 1^{re} SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 31 mai 2012

Président

L'honorable Rob Merrifield

Comité permanent du commerce international

Le jeudi 31 mai 2012

• (1100)

[Traduction]

Le président (L'hon. Rob Merrifield (Yellowhead, PCC)): Je crois que nous sommes prêts à commencer.

Je voudrais remercier nos témoins de leur présence, de même que les membres du comité. D'autres membres arriveront sous peu, mais nous sommes assez nombreux pour commencer à écouter nos témoins.

Nous allons poursuivre notre étude d'un projet d'accord global de partenariat économique de haut niveau avec le Japon.

Je voudrais remercier M. Philip de Kemp, de la Malting Industry Association of Canada, qui est présent ici en personne.

Nous sommes également en liaison vidéo avec M. Paul Newman, du Canada Wood Group.

Paul, m'entendez-vous?

M. Paul Newman (directeur administratif, Commerce et accès aux marchés, Conseil des industries forestières (COFI), Canada Wood Group): Oui, je vous entends. Merci.

Le président: Très bien.

Nous sommes également en liaison vidéo avec M. Lee Townsend, vice-président du Conseil canadien du miel.

Pouvez-vous m'entendre, monsieur?

M. Lee Townsend (vice-président, Conseil canadien du miel): Oui, je vous entends.

Le président: D'accord.

Les communications sont bonnes. Nous pouvons donc commencer tout de suite.

Nous allons entendre M. de Kemp en premier.

Monsieur, la parole est à vous.

M. Phil De Kemp (président, Malting Industry Association of Canada): Merci beaucoup, monsieur le président. Bonjour, mesdames et messieurs.

Au nom de l'industrie brassicole et de ses membres, je voudrais vous remercier de m'avoir invité à vous parler brièvement aujourd'hui de l'importance d'un accord de partenariat économique destiné à renforcer nos relations commerciales avec le Japon.

Pour ceux d'entre vous qui ne connaissent peut-être pas l'importante contribution économique de notre industrie tant aux agriculteurs qu'à l'économie du Canada, je vais commencer par vous expliquer qui nous sommes et ce que nous faisons, et vous donner un bref aperçu de l'évolution de notre secteur. Je vous dirais aussi pourquoi, à notre avis, un accord de partenariat économique avec le Japon est d'une importance critique pour l'industrie brassicole, pour nos clients brasseurs et pour les producteurs d'orge de brasserie de l'Ouest canadien.

L'industrie brassicole canadienne se compose de quatre sociétés. Il y a la Canada Malting Company, qui a des usines à Calgary, Thunder Bay et Montréal; la Prairie Malt Limited, qui a son siège dans la petite ville rurale de Biggar en Saskatchewan, à environ une heure à l'ouest de Saskatoon; la Rahr Malting, qui a son siège dans une petite collectivité rurale de l'Alberta nommée Alix, au nord-est de Red Deer; et la Malteurop, qui a une usine à Winnipeg.

L'industrie brassicole canadienne se classe deuxième parmi les plus grands exportateurs de malt du monde, après l'Union européenne. Près des deux tiers de notre production à valeur ajoutée sont vendus sur un marché d'exportation hautement concurrentiel à des brasseurs de plus de 20 pays. Nous sommes le plus gros client des producteurs canadiens d'orge de brasserie, à qui nous achetons chaque année entre 1 et 1,1 million de tonnes métriques par l'entremise de l'ancienne Commission canadienne du blé. Depuis longtemps, notre industrie achète près de 60 p. 100 de l'orge de brasserie qui était commercialisée par la Commission canadienne du blé.

À l'heure actuelle, entre 70 et 75 p. 100 de l'orge produite dans l'Ouest appartiennent à des variétés de brasserie, les paramètres de sélection et de qualité étant fortement influencés par les conditions atmosphériques saisonnières.

Pour nous, l'orge de brasserie constitue une culture spéciale qui assure d'importants avantages économiques aux producteurs canadiens d'orge.

Entre 1985 et 1995, nous avons investi plus de 300 millions de dollars pour construire deux nouvelles usines et accroître considérablement la capacité de plusieurs autres. Nos exportations de malt sont passées de 40 000 à près de 600 000 tonnes par an dans cette période de 10 ans. Toutefois, depuis 1995, nous semblons avoir atteint un plateau.

Pour vous donner une idée de ce qui se passe sur le plan intérieur, je vous dirai que l'industrie brassicole canadienne achète aux agriculteurs de l'Ouest de l'orge d'une valeur d'environ 100 millions de dollars simplement pour approvisionner le marché intérieur en malt. Ces 100 millions de dollars rapportent environ 2,5 milliards de dollars en taxes d'accise fédérales et provinciales perçues sur la vente de la bière. C'est un chiffre qu'il est important de garder à l'esprit.

Nos sociétés membres ont depuis longtemps d'étroites relations commerciales avec nos clients brasseurs japonais. Le Japon, qui constitue notre plus important marché d'outre-mer, est la destination de près de 25 p. 100 de l'ensemble de nos exportations. Le Japon achète au Canada quelque 160 000 tonnes de malt par an, soit l'équivalent d'environ 200 000 tonnes d'orge de brasserie.

Les brasseurs japonais ne sont pas simplement nos clients. Un certain nombre d'entre eux sont aussi nos partenaires. Le Japon continue à viser des relations à long terme avec le Canada en investissant dans nos entreprises de production et dans nos programmes d'amélioration de l'orge. Je crois qu'il serait raisonnable de dire que nos arrangements d'approvisionnement peuvent, de bien des façons, être considérés comme une forme de partenariat. Ces arrangements tiennent compte de notre engagement envers la qualité et le service à la clientèle, qui constituent la base de notre réputation. Nous faisons tous les efforts possibles pour assurer la sécurité d'approvisionnement à nos clients japonais, facteur qui revêt une importance critique dans nos relations commerciales avec eux.

Les brasseurs japonais et leurs clients ont une grande valeur pour l'industrie brassicole canadienne et nos producteurs d'orge. Tout affaiblissement de notre capacité d'offrir un approvisionnement de malt qui soit sûr, fiable et de haute qualité à un prix compétitif aurait des effets négatifs sur notre industrie, qui a aujourd'hui des difficultés à soutenir la concurrence et à maximiser l'utilisation de ses capacités dans un marché mondial hautement concurrentiel.

À titre de pays partenaire, nous reconnaissons et respectons les contraintes auxquelles le Japon doit faire face dans son secteur agricole.

•(1105)

Nous espérons qu'au cours des négociations, l'accès préférentiel du malt canadien sera considéré comme une priorité et géré de façon à reconnaître certaines des contraintes que connaissent actuellement les brasseurs japonais.

Le principal message que nous souhaitons vous transmettre aujourd'hui en ce qui concerne les priorités du programme de commerce international du Canada se résume en trois ou quatre points.

Premièrement, le succès des exportations et la prospérité future du Canada dépendent des efforts et de la vigilance du gouvernement, qui doit veiller à ne pas désavantager nos exportateurs par rapport à leurs concurrents, notamment de l'Union européenne, de l'Australie et des États-Unis.

Deuxièmement, surtout à la lumière des négociations commerciales bilatérales que certains de ces pays mènent avec un grand dynamisme et beaucoup de succès avec des pays tels que la Corée du Sud, la Thaïlande et d'autres nations de la région du Pacifique, ces accords commerciaux préférentiels se répercuteront sur notre compétitivité future. Dans notre industrie, où les marges bénéficiaires continuent de s'amenuiser, tout désavantage concurrentiel nous ferait courir d'autres risques.

Troisièmement, il y a un facteur vraiment critique qui ne concerne pas seulement le Japon. Les négociations, surtout avec la Corée du Sud, devraient reprendre le plus tôt possible. D'après certaines informations que nous avons reçues hier, cela ne semble pas très probable en ce moment.

Un partenariat économique entre le Canada et le Japon est d'une importance cruciale, surtout à la lumière des risques liés à l'accès préférentiel qui pourrait être accordé à des pays concurrents si le Canada ne participe pas — je répète, si le Canada ne participe pas —

aux négociations du Partenariat transpacifique et que le Japon soit admis.

Enfin, le Japon représente pour nous un client aussi précieux que respecté. C'est un marché extrêmement important pour les usines canadiennes de malt. Nos exportations de malt augmentent la valeur de l'ensemble de nos exportations d'orge. Nous devons protéger et favoriser le partenariat de l'industrie brassicole dans ce marché.

Je vous remercie de votre temps et de votre attention. Je serai prêt à répondre à vos questions à la fin de ces exposés.

Le président: Merci beaucoup. Je suis certain que les membres du comité auront des questions à vous poser, mais, avant d'y venir, nous entendrons M. Newman, du Canada Wood Group. Monsieur, la parole est à vous.

M. Paul Newman: Merci, monsieur le président.

J'ai l'intention de vous présenter ce matin quelques considérations liées à l'industrie forestière en ce qui a trait à l'initiative de partenariat économique avec le Japon.

Le Canada Wood Group représente les activités de l'industrie forestière canadienne à l'étranger. Notre industrie constitue le plus important exportateur de produits forestiers du monde. Canada Wood a des bureaux au Japon, en Chine, en Corée et en Europe. Nous sommes actifs au Japon depuis 1973. Nous y avons une présence permanente depuis 40 ans.

Je vais vous présenter un très bref aperçu de l'historique de la vente de produits forestiers au Japon. Dans les années 1980, le Japon est devenu un acheteur de plus en plus important de bois d'œuvre canadien. À leur point culminant, en 2000, nos ventes s'élevaient à 2 milliards de pieds-planche, dont la valeur atteignait alors près de 1,5 milliard de dollars canadiens. Depuis 2006, la demande japonaise s'est quelque peu affaiblie, variant entre 1,1 et 1,5 milliard de pieds-planche par an. Il est important de noter un aspect très positif, à savoir que le volume des ventes s'est maintenu au cours du ralentissement économique que nous connaissons depuis 2009. L'industrie forestière canadienne apprécie énormément le marché japonais, où nos exportations sont les plus importantes parmi nos groupes de clients dans le monde.

Les tendances qui se manifestent au Japon sont liées à la concurrence étrangère et intérieure. Nous assistons à une évolution des préférences en matière de produits forestiers. Chacun sait que le Japon a une population vieillissante et que les facteurs démographiques jouent un rôle très important.

Au Japon, le Canada a été un pionnier du mode de construction à colombages, ou mode de construction nord-américain. Jusqu'ici, il y a eu au total quelque 2 millions de mises en chantier. Toutefois, à cause de l'évolution démographique, le secteur de la maison unifamiliale s'est affaibli au profit des appartements et d'autres applications.

Pour ce qui est des effets des droits de douane sur les relations commerciales avec le Japon, je dois dire qu'ils sont relativement mineurs dans le cas des produits forestiers canadiens. Par exemple, le tarif s'élève à 4,8 p. 100 sur le bois d'œuvre EPS, qui constitue notre principale exportation, et à 6 p. 100 pour les panneaux OSB. Nous avons estimé que l'élimination des droits de douane entraînerait des économies d'environ 30 à 40 millions de dollars par an. Même si j'ai dit que les effets sont mineurs, je suis d'accord avec le témoin précédent qu'il y a des risques pour le Canada si le Japon négocie des accords de libre-échange avec d'autres pays et que les produits forestiers canadiens subissent un traitement tarifaire défavorable par rapport aux produits concurrents.

Au chapitre des mesures non tarifaires, il faut reconnaître que le Japon a récemment pris des mesures positives pour favoriser l'utilisation du bois en construction. Ainsi, il a modifié son code du bâtiment, ce qui a favorisé des modes de construction fondés sur le rendement et a entraîné un assouplissement des exigences relatives à l'incendie. Le Japon a également adopté ces dernières années un certain nombre de lois. Il y a lieu de mentionner la Loi sur les logements durables, destinée à améliorer la qualité des logements. Il y a aussi une loi favorisant l'utilisation du bois dans les édifices publics, que nous pourrions appeler la « Loi du bois d'abord » parce qu'elle est très semblable à des mesures législatives adoptées en Colombie-Britannique. Toutefois, l'industrie canadienne est préoccupée par certains aspects de ces deux lois.

Ce qui nous inquiète le plus, ce sont les grands efforts déployés par le gouvernement japonais pour accroître la part de marché du bois d'œuvre local. Le principal motif de cette campagne réside dans le Protocole de Kyoto, par lequel Tokyo s'est engagé à réduire ses émissions de carbone de 6 p. 100 par rapport aux niveaux de 1990. En favorisant une plus grande utilisation de son bois, le Japon espère réaliser une réduction de 3,8 p. 100 grâce à la séquestration du carbone dans ses forêts.

•(1110)

Le Japon s'est servi des deux lois que je viens de mentionner pour réduire les importations en adoptant des politiques d'achat préférentielles et en accordant des subventions à l'industrie locale.

Je vais vous en donner quelques exemples. Pour l'industrie forestière intérieure, il y a une loi de promotion des coupes d'éclaircie touchant près de 13 p. 100 des forêts japonaises, ce qui créera une importante nouvelle source de fibres de bois. Le gouvernement japonais a affecté l'équivalent de 13,6 milliards de dollars canadiens à cette activité particulière. De plus, il a affecté 1,5 milliard de dollars à des activités d'écologisation de l'industrie, qui comprennent des subventions à la construction de routes forestières. Les subventions couvriront jusqu'à 50 p. 100 du coût de nouvelles machines et d'installations de production de produits du bois et s'appliqueront aussi aux frais de transport.

Pour les consommateurs, le gouvernement a adopté une politique qui permettra de réduire le taux d'intérêt des prêts hypothécaires à condition que les propriétaires utilisent du bois local pour la construction de leur maison. Les administrations locales accordent en outre des subventions aux entrepreneurs qui bâtissent des édifices publics en utilisant des produits de bois local.

Dans bien des cas, ces achats préférentiels sont effectués au niveau de la préfecture et de la municipalité, de sorte qu'il est difficile de les contrer. De plus, les messages transmis sont délibérément ambigus, indiquant que du bois local est requis, sans pour autant fermer complètement la porte à du bois importé.

Ayant mentionné ces importantes difficultés, je dois dire en conclusion que les perspectives des produits de bois canadiens demeurent positives au Japon. Nous avons une excellente réputation dans ce pays, où la construction en bois est appréciée. Des travaux considérables de reconstruction se déroulent actuellement au Japon après les ravages provoqués par le tremblement de terre et le tsunami de 2011. Nous espérons avoir du succès dans de nouveaux segments du marché, à part celui du logement unifamilial, notamment dans le domaine de la construction institutionnelle et non résidentielle.

Monsieur le président, notre recommandation en ce qui concerne cette initiative est de poursuivre les négociations en vue de la conclusion d'un accord de partenariat économique et de libre-échange avec le Japon. Nous croyons qu'il serait bon de rechercher

des réductions tarifaires dans le domaine des produits forestiers. Nous devrions établir des mécanismes bilatéraux pour examiner et régler les problèmes liés aux barrières commerciales d'ordre technique. Nous croyons en outre qu'il serait bon d'attirer l'attention sur les politiques d'achat préférentielles et les programmes de subventions du Japon.

Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de m'adresser au comité.

•(1115)

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons maintenant passer au Conseil canadien du miel. Monsieur Townsend, la parole est à vous.

M. Lee Townsend: Merci, monsieur le président.

Je voudrais remercier les membres du comité de m'avoir donné l'occasion de m'adresser à eux au nom du Conseil canadien du miel et de ses membres.

Le projet d'accord de partenariat économique entre le Canada et le Japon est une initiative que nous suivons de très près parce qu'elle peut avoir des répercussions sur les exportations de miel de nos membres.

Le Conseil canadien du miel représente plus de 7 000 apiculteurs et quelque 600 000 colonies d'abeilles à miel de tous les coins du Canada. Environ 70 p. 100 de ces colonies, de même que la production du miel, se situent en Alberta, en Saskatchewan et au Manitoba. Le Canada produit chaque année environ 70 millions de livres de miel, dont 70 p. 100 sont exportés. La contribution annuelle de l'industrie canadienne du miel à l'économie dépasse les 2 milliards de dollars.

Le Canada exporte la plus grande partie de sa production de miel aux États-Unis, son deuxième marché en importance étant le Japon. Il importe de noter que 90 p. 100 du miel canadien vendu au Japon vient de l'Alberta. Depuis 2009, le miel canadien fait l'objet d'une forte promotion — très réussie — sur le marché japonais.

Le succès des efforts déployés est attribuable à plusieurs raisons. Le miel canadien est apprécié dans le monde pour sa blancheur et son goût subtil ainsi que pour les rigoureuses normes de salubrité auxquelles il est soumis. Ces facteurs, s'ajoutant aux stratégies efficaces de commercialisation que notre industrie a mises en œuvre au Japon, ont fait régulièrement croître la valeur de nos ventes, qui est passée de 5,1 à 9,8 millions de dollars entre 2008 et 2010.

Bien que ces nombres soient assez petits par rapport aux exportations d'autres industries à destination du Japon, ils revêtent une importance croissante pour notre industrie à cause du potentiel de croissance.

Comme le Japon ne produit que 5 p. 100 du miel qu'il consomme, nos perspectives d'exportation sont importantes. Je dois noter qu'il y a eu une légère baisse des exportations en 2011 à cause du tremblement de terre et du tsunami. Le Japon...

[Note de la rédaction: difficultés techniques]

Le président: Encore un effet du tsunami. Il y a quelqu'un qui n'aime pas les abeilles.

Attendons-nous une minute? Croyez-vous que l'interruption sera longue?

Je suis vraiment déchiré. Nous pourrions peut-être passer à la période des questions. Voulez-vous commencer?

M. Don Davies (Vancouver Kingsway, NPDP): Nous devrions peut-être attendre une minute pour voir s'il est possible de rétablir la ligne.

Le président: Je crois que tout va bien.

Êtes-vous de nouveau avec nous, monsieur Townsend?

M. Lee Townsend: Oui. Ce sont les joies de la technologie, n'est-ce pas?

Le président: D'accord. Tout va bien.

M. Lee Townsend: Je crois que j'ai été coupé juste comme je disais que le Japon importe son miel surtout de la Chine, de l'Argentine et du Canada, dans cet ordre. L'un des obstacles qui limitent la croissance du marché japonais réside dans les droits de douane actuellement imposés sur le miel en provenance du Canada. Des pays comme le Myanmar et le Mexique, qui ont des accords de libre-échange avec le Japon, peuvent exporter leurs produits en franchise tant qu'ils respectent les quotas fixés par le gouvernement japonais. Les pays tels que la Chine, l'Argentine et le Canada sont frappés d'un tarif de 25,5 p. 100 sur tout le miel exporté au Japon, mais n'ont pas à respecter des quotas.

Ce tarif occasionne des difficultés aux exportateurs canadiens parce que notre miel, étant de la plus haute qualité, est assez coûteux au Japon. Bien qu'il soit apprécié des consommateurs japonais, les distributeurs locaux hésitent à commander davantage de miel canadien parce qu'ils le paient déjà le double du miel argentin et le triple du miel chinois.

Même si l'élimination de ce tarif ne fera pas grimper nos ventes ou nos bénéfices du jour au lendemain, elle donnerait à nos producteurs davantage d'occasions d'expansion sur le marché japonais.

Je vous remercie de votre temps et de votre attention.

Le président: Toutes nos excuses pour les difficultés techniques. Merci beaucoup pour votre exposé.

Nous allons maintenant passer à M. Davies. Vous avez sept minutes.

M. Don Davies: Je vous remercie.

Au nom de l'opposition officielle, je voudrais souhaiter la bienvenue à tous les témoins et les remercier d'avoir pris le temps, malgré leur programme chargé, de nous faire profiter de leurs connaissances spécialisées. J'aimerais vous poser à tous quelques questions.

Je commencerai par M. Newman. Venant de la Colombie-Britannique, je suis très conscient de l'importance du secteur forestier et de l'industrie du bois pour notre pays. J'ai entendu dire que le Japon, parmi d'autres pays, a adopté une politique délibérée tendant à ajouter de la valeur à ses exportations. Je crois que c'est une chose que le Canada devrait faire.

J'aimerais savoir si vous pouvez nous donner une idée générale du pourcentage de nos exportations de produits du bois au Japon qui sont à l'état brut ou presque, par rapport aux produits ayant une plus grande valeur ajoutée. Pouvez-vous nous donner une idée générale de ce pourcentage?

• (1120)

M. Paul Newman: C'est une bonne question. Je regrette de ne pas avoir en main des chiffres précis. Je dirais cependant que, pour la plus grande part, nos produits sont manufacturés. Il s'agit surtout de planches sciées et de bois d'œuvre, qui sont produits en fonction de

catégories, de dimensions et de longueurs précises. Le bois est classé et estampillé comme qualité de charpente, et répond aux exigences japonaises relatives à la construction des charpentes. J'ai mentionné des produits tels que les panneaux OSB, qui sont pleinement manufacturés, etc. Il y a en outre des exportations de rondins provenant de la côte de la Colombie-Britannique.

Au niveau des pourcentages, c'est une proportion assez petite des expéditions de la province à cause des restrictions imposées sur les exportations de rondins. Les exploitants de la côte qui possèdent des forêts privées ont de meilleures perspectives d'exportation à destination du Japon.

J'ajouterai que le Japon et d'autres pays asiatiques ont eu beaucoup de difficultés à obtenir des matières premières ces dernières années à cause des restrictions imposées non seulement par le Canada, mais aussi par la Russie et d'autres pays qui ont pris des mesures pour limiter les exportations de bois brut.

M. Don Davies: Monsieur Newman, avez-vous des suggestions à nous faire au sujet des politiques que le gouvernement fédéral pourrait adopter pour aider votre industrie à développer des produits à valeur ajoutée? Je pense constamment à des choses telles que le bois d'œuvre et les panneaux OSB. Ce sont de bons produits à valeur ajoutée. Toutefois, si on pense aux meubles et à d'autres produits du bois à très forte valeur ajoutée, que proposez-vous que le gouvernement du Canada fasse pour aider votre industrie?

M. Paul Newman: C'est une bonne question.

En faisant des recherches en prévision de la rencontre d'aujourd'hui, j'ai demandé à certains de mes collègues de me donner leur avis sur les répercussions des politiques d'achat préférentielles et des subventions du Japon. L'un des exemples qu'on m'a donnés concernait la perte d'une commande de 1 000 maisons prêtes à assembler. La difficulté, dans le cas de ces maisons faites au Canada, c'est que le kit comprend ordinairement des armoires et d'autres produits de bois à grande valeur ajoutée.

Il semble qu'à cause des exigences relatives à l'utilisation de bois local, ces maisons ne répondaient pas aux conditions d'achat, ce qui nous a fait perdre la commande avec ses éléments à valeur ajoutée.

Les kits de maisons pleinement aménagées constituent un excellent moyen de commercialiser nos produits à valeur ajoutée. Comme je l'ai dit, compte tenu de l'évolution à laquelle nous assistons actuellement sur le plan des subventions et des mesures de promotion du bois local, il sera assez difficile de vendre ces kits au Japon.

M. Don Davies: Je vous remercie.

M. Paul Newman: J'exhorte donc le gouvernement à aborder la question des subventions et des politiques d'achat préférentielles lors des discussions liées à un accord de partenariat économique, car je crois que c'est contraire aux règles de l'OMC. Cette question cause des difficultés à notre industrie quand elle essaie de vendre des produits à valeur ajoutée au Japon.

M. Don Davies: Je vous remercie.

Monsieur de Kemp, des témoins représentant les producteurs de canola nous ont parlé de problèmes liés aux OGM et des difficultés qu'ils peuvent occasionner si nous voulons développer notre commerce avec le Japon. Est-ce que vos membres ont eu des difficultés de ce genre?

M. Phil De Kemp: À l'heure actuelle, nous n'avons pas de difficultés en ce qui a trait aux OGM. Nous ne les acceptons pas. Dans le cas de l'orge, les agriculteurs ne s'intéressent pas aux OGM. En toute franchise, je crois que toute la question des OGM et des perceptions, vraies ou fausses, qui y sont liées est dirigée par l'industrie brassicole internationale. Comme elle se soucie essentiellement de la demande, cette question ne s'est pas vraiment posée pour nous.

L'orge se distingue du canola, du maïs et d'autres céréales parce que la production n'est pas très importante. Pour les producteurs ou les grandes multinationales de semences, la demande n'est pas encore assez forte pour justifier des mesures. Comme je l'ai déjà dit, l'orge de brasserie est une culture spéciale. Pour le moment, elle n'est pas visée.

• (1125)

M. Don Davies: Excusez-moi si vous avez déjà parlé de cette question, mais, même si c'est le cas, je vous demanderai de nous en dire davantage. Croyez-vous que des barrières non tarifaires limitent vos exportations au Japon?

M. Phil De Kemp: Il n'y a pas de doute que certains tarifs sont très élevés.

Vous savez, je viens d'une ferme laitière. En ce moment, « quota » est un gros mot un peu partout dans le monde et peut-être chez nous aussi. Toutefois, tout au Japon est assujéti à des quotas. C'est certainement le cas du malt. Si on dépasse le quota fixé, les droits de douane s'élèvent à la moitié de la valeur du produit: 250 \$ la tonne. En général, on n'atteint pas ce niveau parce que les autorités japonaises font une répartition. Elles accordent la première priorité aux producteurs d'orge locaux.

S'il y avait un moyen de faire reconnaître les quantités achetées aux producteurs japonais de façon à les répartir entre les pays exportateurs — car notre part de ce marché s'élève à environ 40 p. 100 —, ce serait un gain considérable pour nous. Cela nous permettrait d'augmenter nos exportations. Il ne s'agit pas de demander au Japon de modifier les quotas. Il suffirait de les appliquer aussi à nos concurrents dans le cadre d'un accord de partenariat économique.

Le président: Merci beaucoup.

À vous, monsieur Keddy. Vous avez sept minutes.

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

Je voudrais également remercier nos témoins.

Ma première question s'adresse à M. de Kemp.

Nous étions au Japon la semaine dernière. Nous nous sommes notamment entretenus avec des représentants de Sapporo. Cette société utilise beaucoup d'orge venant du Canada. Ses représentants se sont empressés de nous dire que c'est à cause de sa qualité. À mon avis, tant que nous produirons la même qualité d'orge maltée, nos ventes resteront assez élevées.

Je veux être clair. Nous avons déjà l'accès en franchise. Si nous réussissons à signer cet accord avec le Japon — et je crois que ce sera le cas —, quels avantages précis envisagez-vous pour l'industrie de l'orge de brasserie?

M. Phil De Kemp: J'ai deux choses à dire, si vous le permettez. Sapporo est un client d'une telle importance qu'il a des relations économiques particulières avec les grandes usines de malt des Prairies parce que la société a mis au point une variété, PolarStar, qui est maintenant cultivée par les producteurs. Les brasseurs de

Sapporo consacrent plus de deux mois par an à faire des vérifications dans les exploitations agricoles à des fins de gestion de la chaîne d'approvisionnement. C'est un client suprêmement important. Comme vous le savez peut-être, Sapporo a racheté la société Sleeman Breweries de Guelph, il y a quelques années.

M. Gerald Keddy: Et, ce qui est encore plus important, Sapporo produit une excellente bière.

Des voix: Oh, oh!

M. Phil De Kemp: Absolument.

Les tarifs ne nous causeront pas de difficultés. Ce sont plutôt les quotas. Nous devons encore passer un certain temps à étudier la question. Pour être franc, je dirai qu'il y a des divergences d'opinion entre les membres au sujet des politiques fiscales japonaises. Je sais qu'il s'agit d'une question de politique intérieure. Le Japon a actuellement différentes catégories de bière. La bière « plein malt », qui est une bière ordinaire faite avec du malt, comme au Canada, aux États-Unis et en Europe, est maintenant répartie entre différentes catégories — microbière ou bière contenant différents additifs — qui sont assujétiées à des taxes différentes. La taxe s'appliquant à la bière ordinaire était extrêmement élevée par suite des pressions exercées par certains fabricants de bière happoshu.

La situation a changé quelque peu. Nous devons quand même examiner la question pour déterminer s'il convient de faire quelque chose. Toutefois, en ce qui concerne les tarifs, il n'y a pas de difficultés, mais il y en a absolument au chapitre des quotas.

M. Gerald Keddy: Je vous remercie pour ces renseignements. Les problèmes sont souvent attribuables aux barrières non tarifaires imposées par voie réglementaire.

Monsieur Newman, vous avez parlé du bois d'œuvre de qualité exporté au Japon. Nous savons bien sûr que le Japon a une longue expérience de la construction à charpente de bois et que le Canada produit depuis longtemps d'excellents matériaux pour ce genre de construction.

Dans quelle mesure la certification forestière a-t-elle influé sur vos exportations au Japon?

• (1130)

M. Paul Newman: Le Japon a effectivement des exigences strictes en matière de certification forestière. Je crois que le Canada a réussi, dans une certaine mesure, à surmonter les obstacles à cet égard à cause de ses longues et solides relations commerciales avec le Japon. Les autorités japonaises ont beaucoup de contacts avec les administrations forestières provinciales et des groupes de ce genre. Je crois qu'au fil des ans, elles en sont venues à faire confiance à nos régimes de gestion forestière.

Au départ, nous ne savions pas vraiment si nous aurions à intensifier considérablement nos efforts en matière de certification, mais nous avons constaté que les Japonais apprécient beaucoup nos méthodes, de sorte que nous ne pensons pas pour le moment avoir des difficultés à cet égard.

M. Gerald Keddy: Pour ma part, c'est l'importance de l'aide que les Japonais accordent à leur industrie forestière qui m'inquiète un peu. Bien sûr, le Canada aide aussi son secteur forestier. À mon avis, c'est certainement de l'argent dépensé à bon escient. Toutefois, quand on commence à subventionner à 50 p. 100 le prix de l'équipement, on donne un énorme avantage concurrentiel.

À votre avis, comment devrions-nous affronter ce problème dans le cadre d'un accord de partenariat économique?

M. Paul Newman: Je dois admettre que je ne sais pas de quelle façon on peut régler cette question au cours des négociations, mais il n'y a pas de doute qu'elle se répercute sur le marché. Un de mes collègues qui vient de rentrer du Japon a visité la région de Tohoku, dans le nord-est du pays, qui avait été dévastée par le tremblement de terre et le tsunami. Il y a vu une toute nouvelle scierie complètement automatisée qui avait été financée à 50 p. 100 par des fonds publics.

Ce sont des choses qu'on peut constater non seulement dans l'industrie du bois de sciage, mais aussi dans le secteur des panneaux de revêtement. Il faudrait donc aborder la question à la table de négociation. Je suis incapable de vous dire comment le faire dans le cadre de négociations bilatérales, mais il est certain qu'il faut en discuter.

M. Gerald Keddy: Je vous remercie pour vos commentaires.

Nous avons pu visiter une partie de la région nord-est où se situait l'épicentre du tremblement de terre. Il est vraiment impressionnant d'aller dans ces secteurs. Nous devons nous rendre compte, je crois, que le Japon doit aider son industrie forestière à surmonter les effets absolument horribles de cette catastrophe naturelle. Toutefois, lors de la discussion d'un accord de partenariat économique, nous devons rechercher l'équité et la transparence dans le régime réglementaire ainsi que la suppression des droits de douane sur les produits du bois importés. Les barrières techniques que vous avez mentionnées doivent également être éliminées ou réduites.

Toutefois, que faut-il chercher à obtenir du côté réglementaire? Vous avez abordé la question dans votre réponse à un autre membre du comité. Que voyez-vous du côté réglementaire? C'est une chose d'obtenir l'accès au marché. C'en est un autre de surmonter les obstacles attribuables aux codes du bâtiment et à toutes les barrières techniques.

M. Paul Newman: Très juste.

Je m'excuse. Je dois être très concis. Les temps de parole ont été réduits aujourd'hui.

Les codes et les normes du bâtiment occasionneront des difficultés. Le Japon a tendance à établir des règles et des exigences très particulières en matière de normes. Dans ces conditions, il est difficile pour les exportateurs étrangers de se conformer aux normes et aux codes locaux du bâtiment. Je peux vous citer un exemple dans le domaine de l'évaluation de la conformité. Les produits et les matériaux utilisés en construction sont évalués et jugés acceptables ou non. Ordinairement, le Japon ne reconnaît ni les systèmes ni les organismes d'homologation étrangers. Il exige habituellement que les produits soient enregistrés dans son propre système. Cela augmente les frais et la complexité des démarches à faire pour les exportateurs étrangers.

Je peux vous donner un autre exemple. Les autorités japonaises exigent souvent que les produits soient soumis à des essais coûteux et, à notre avis, inutiles, comme des essais d'émissions de formaldéhyde pour les panneaux OSB. Je ne prétends pas que le formaldéhyde ne devrait pas être soumis à des restrictions, mais les renseignements concernant les émissions des panneaux OSB sont bien connus. Pourtant, les Japonais exigent des essais et des évaluations de la conformité sur une base mensuelle, ce qui nous semble inutile.

Nous croyons en outre que le Canada devrait demander une rationalisation de certains des processus dont le Japon se sert pour évaluer et approuver les changements à apporter au code du bâtiment. Si on essaie d'introduire de nouveaux systèmes et de nouveaux concepts, ces processus sont très longs. Il serait donc avantageux de les rationaliser.

● (1135)

Le président: Très bien. Je vous remercie.

À vous, monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Merci, monsieur le président. Je remercie également les témoins.

Monsieur de Kemp, vous avez parlé de la Corée du Sud. En fait, la plupart des témoins représentant le secteur agricole qui ont comparu devant le comité étaient très inquiets du manque de progrès dans la négociation d'un accord commercial avec Séoul et du fait que les Américains nous fermeront l'accès de ce marché. Vous avez dit dans votre exposé que vous étiez encore plus inquiet par suite de renseignements que vous avez reçus hier. Quelle est la nature de ces renseignements?

M. Phil De Kemp: Nous faisons partie des membres fondateurs de l'Alliance canadienne du commerce agroalimentaire. Nous avons reçu hier notre message électronique d'information de Kathleen, notre directrice exécutive. Si elle nous a envoyé ce message, je peux supposer qu'il n'est pas confidentiel. Il nous annonçait que des responsables canadiens venaient de rentrer et semblaient croire que les Sud-Coréens préféreraient tout reprendre à zéro plutôt que de poursuivre les négociations déjà engagées.

On peut croire que certaines choses avantageuses pour nous les ont amenés à vouloir reprendre les négociations à zéro. Nous savons évidemment que jusqu'ici, il y avait des difficultés liées à l'industrie automobile. Je crois que les intérêts agricoles et d'autres étaient heureux d'apprendre du gouvernement que le Canada souhaitait reprendre les négociations, mais que la Corée a des réserves au sujet de l'automobile, du bœuf et du porc.

Comme nous exportons 25 000 à 40 000 tonnes, les responsables de notre industrie ont déjà dit en public que, par suite des accords de la Corée avec les États-Unis et l'Europe, nous serons probablement déplacés de ce marché dans deux ans à cause des différences de droits de douane. Les tarifs applicables sont importants.

L'hon. Wayne Easter: Il est bon que nous ayons ces renseignements. Nous avons reçu essentiellement les mêmes des représentants des secteurs du bœuf et du porc. Nous n'avons rien à craindre cette année, mais nous aurons de grandes difficultés d'ici deux ans. Il est bon de le savoir.

Monsieur Newman, vous avez parlé du Protocole de Kyoto dans votre exposé et votre mémoire en précisant, je crois, que les ventes au Japon dépendent un peu des dispositions du protocole. Pouvez-vous nous en dire davantage à ce sujet? Qu'entendez-vous exactement par là et comment nous comparons-nous aux autres?

M. Paul Newman: À part les mesures prises pour réduire les émissions de carbone en améliorant les rendements énergétiques, les Japonais se proposent, afin d'atteindre leur objectif de 6 p. 100 de réduction, de séquestrer 13 millions de tonnes de carbone dans leurs forêts.

Pour le faire, ils veulent récolter une bonne partie de leurs forêts, puis planter de nouveaux arbres pouvant séquestrer avec le temps 13 millions de tonnes de carbone. Afin de mettre en œuvre ce projet, ils essaient de créer des marchés pour faire croître la consommation de bois local, absorber la production accrue et entreprendre les opérations de reforestation. Voilà le processus qu'ils cherchent à favoriser.

•(1140)

L'hon. Wayne Easter: Nous nous sommes retirés du Protocole de Kyoto. Compte tenu de la politique du gouvernement du Canada à cet égard, quels sont pour nous les répercussions de ce retrait? Que doit faire le Canada pour veiller à... Est-ce que cela nuit à nos exportations de produits du bois à destination du Japon?

M. Paul Newman: Je ne crois pas que ce soit le cas pour le moment. L'organisme japonais responsable des forêts fait des efforts pour réaliser cette initiative. Il fait partie d'un grand ministère qui a pris pour cible d'importants segments de nos activités en vue de développer la consommation de bois local. J'ai brièvement parlé du marché de la construction à colombages, à charpente légère de style nord-américain. Les Japonais veulent s'établir fermement dans ce secteur. S'ils réussissent, nous risquons de perdre une importante part de notre marché, qui s'élève actuellement à environ 90 p. 100.

L'hon. Wayne Easter: Vous avez dit tout à l'heure que nous devrions chercher à amener les Japonais à rationaliser certains des processus dont ils se servent pour évaluer nos produits et contrôler l'accès au marché, que nous devrions nous adapter à leurs lois, etc. Pouvez-vous préciser un peu plus ce point? Cela pourrait faire l'objet d'une recommandation du comité au sujet d'un éventuel accord commercial avec le Japon. Je verrais bien cet aspect comme élément des barrières non tarifaires.

M. Paul Newman: Les Japonais ont un système rigide de codes et d'exigences en matière de construction. Pour introduire de nouvelles technologies, il faut ordinairement présenter une demande d'approbation ministérielle. C'est l'équivalent du processus d'homologation du Centre canadien de matériaux de construction, qui relève du Conseil national de recherches.

Nous l'avons fait avec succès dans un certain nombre de cas, notamment en ce qui concerne les bâtiments résistant au feu, mais les délais d'approbation sont excessivement longs au Japon. Nous nous inquiétons surtout des approches novatrices de construction, que les autorités japonaises mettent un temps infini à approuver. C'est ce que j'essayais de dire dans mon exposé.

L'hon. Wayne Easter: D'accord. Je crois que je vais manquer de temps.

Le président: Votre temps de parole est déjà écoulé, mais je vais vous permettre de poser une toute petite question.

L'hon. Wayne Easter: Monsieur Townsend, vous avez dit que nous sommes désavantagés par rapport à l'Argentine et la Chine parce que le prix est respectivement deux et trois fois plus élevé...

Le président: Je ne vous permettrai pas de poursuivre si vous rallongez votre question.

L'hon. Wayne Easter: Non?

Le président: Pas si vous la rallongez.

L'hon. Wayne Easter: Ce n'est pas ce que je fais. Je pose simplement une question.

Le président: Très bien. Une réponse très rapide, s'il vous plaît.

L'hon. Wayne Easter: Monsieur Townsend, vous avez dit que nous sommes désavantagés par rapport à l'Argentine et à la Chine lorsque nous vendons notre miel au Japon. Pouvez-vous nous en dire davantage à ce sujet? J'ai besoin d'une réponse très brève parce que le président s'impatiente.

M. Lee Townsend: Je vais répondre très rapidement. La raison pour laquelle nous sommes désavantagés au Japon par rapport à la Chine et à l'Argentine tient à la différence de prix et au fait que le miel canadien peut être mélangé à des miels chinois et argentins

moins coûteux pour atténuer l'effet du tarif de 25,5 p. 100 qui nous est imposé. Il est également imposé à la Chine et à l'Argentine. Les mélanges ont pour objet de persuader les acheteurs japonais de considérer autant le miel haute gamme que les miels de moindre qualité.

Il est également courant en Amérique du Nord de mélanger un miel coûteux à un miel d'un prix moins élevé et de vendre le mélange à des prix comparables. Voilà ce que j'entendais en disant que nous sommes désavantagés.

Le président: Je vous remercie.

À vous, monsieur Shory.

M. Devinder Shory (Calgary-Nord-Est, PCC): Merci, monsieur le président. Je voudrais également remercier les témoins de leur présence au comité.

Nous avons des relations commerciales complémentaires de longue date avec le Japon, qui ont donné jusqu'ici de très bons résultats. D'après les témoignages que nous avons entendus au comité, un accord de partenariat économique Canada-Japon intensifierait certainement les échanges dans le secteur des produits alimentaires. Monsieur de Kemp, vous avez dit que les Japonais sont pour nous non seulement des clients, mais aussi des partenaires. Monsieur Townsend, vous avez précisé que 90 p. 100 du miel consommé au Japon vient de ma province, l'Alberta.

J'ai deux questions à poser auxquelles j'aimerais que chacun de vous réponde. Premièrement, pourquoi croyez-vous qu'un accord de partenariat économique intensifierait le commerce alors que vous êtes déjà présents au Japon et que vous obtenez de très bons résultats? Deuxièmement, nous savons tous quels avantages nous pouvons tirer d'une éventuelle adhésion au Partenariat transpacifique. Cela étant, devrions-nous renoncer à cet accord de partenariat économique et attendre le résultat de notre demande d'adhésion au PTP?

•(1145)

M. Phil De Kemp: Nous avons actuellement des partenariats avec des brasseurs japonais tels que Sapporo, avec qui nous créons actuellement une nouvelle variété d'orge à son usage exclusif. Quelques-unes de nos sociétés — Rahr Malting et Prairie Malt — participent à cette initiative. Elles consacrent énormément de temps, d'efforts et d'argent au développement de certaines variantes dont Sapporo veut se servir en exclusivité au Japon.

D'ici le début des négociations, les possibilités d'expansion des exportations dépendront dans une grande mesure des quotas. La première tranche de 90 000 à 100 000 tonnes doit venir des producteurs locaux d'orge. Le reste est ensuite réparti entre le Canada, la Belgique, la France et peut-être d'autres pays. Sans vouloir apprendre leur métier aux négociateurs, je crois qu'il y aurait des moyens de demander aux Japonais de ne pas nous attribuer 40 p. 100 de ces 100 000 tonnes s'ils apprécient vraiment notre produit, et de s'arranger plutôt avec certains des pays auxquels ils ne sont pas liés par un accord de partenariat économique. Cela devrait intensifier sensiblement les activités, surtout à cause des difficultés de capacité que nous avons actuellement à Calgary et Saskatoon.

Le Partenariat transpacifique constitue une mesure défensive absolument énorme dont nous pouvons nous servir si nous ne réussissons pas. Si le Canada n'est pas admis et que le Japon le soit, nous perdrons beaucoup au chapitre des denrées agricoles. Je crois que certains membres du comité ont entendu notre témoignage à ce sujet, ainsi que celui des producteurs de bœuf, de porc et de canola. Les relations que nous avons actuellement avec le Japon sont très avantageuses pour nous. Nous exportons notre produit et sommes en train de pénétrer certains des marchés en croissance de la région du Pacifique. Le Partenariat transpacifique aurait des résultats phénoménaux pour notre industrie. S'il y a moyen de gagner sur les deux tableaux, ce serait vraiment parfait.

M. Devinder Shory: Monsieur Newman.

M. Paul Newman: Oui.

M. Devinder Shory: Avez-vous quelque chose à ajouter?

M. Paul Newman: Je suis d'accord qu'il serait utile, d'un point de vue défensif, d'essayer de conclure un accord de partenariat économique pour le cas où le Canada ne réussirait pas à se joindre au PTP.

M. Devinder Shory: Croyez-vous qu'un accord de partenariat économique permettrait à votre industrie d'accroître ses activités?

M. Paul Newman: Nous essayons actuellement de développer nos activités. Nous avons affaire à d'importantes tendances sous-jacentes qui se manifestent au Japon, comme l'évolution démographique. Je crois qu'un certain succès dans des domaines tels que les achats préférentiels pourrait protéger nos marchés. Pour moi, ce serait probablement le principal avantage.

M. Devinder Shory: Qu'en pensez-vous, monsieur Townsend?

M. Lee Townsend: Pour ce qui est de l'APE et du PTP, je suis tout à fait d'accord avec les deux autres témoins. Leurs observations s'appliquent directement à notre industrie.

Quant au potentiel de croissance des ventes de notre produit au Japon, la catastrophe de l'année dernière a vraiment mis le miel en évidence, à titre de produit alimentaire non périssable. Il y a de bonnes possibilités d'augmenter nos ventes de miel canadien à cause de sa grande qualité.

L'industrie japonaise à valeur ajoutée est vraiment extraordinaire. Ayant souvent visité le Japon, je peux dire que je n'ai jamais vu au Canada ou ailleurs dans le monde du miel préparé comme on peut le voir au Japon. Les Japonais aiment notre miel à cause de sa couleur, de son goût et des normes de salubrité auxquelles il est assujéti. Il se marie parfaitement avec leurs produits de mariage et leurs produits à valeur ajoutée.

Ce sont là deux aspects qui pourraient facilement nous permettre de doubler nos ventes dans les 5 à 10 prochaines années.

• (1150)

Le président: Je vous remercie.

Madame Papillon.

Ms. Annick Papillon (Québec, NDP): Merci beaucoup.

[Français]

Ma première question s'adresse au représentant du Conseil canadien du miel. Monsieur Townsend, j'aimerais savoir si, parmi vos membres apiculteurs, certains proviennent du Québec et s'ils exportent au Japon.

[Traduction]

M. Lee Townsend: Oui, il y en a. Nous avons des membres au Québec, et certaines quantités de miel québécois sont exportées au

Japon. La raison pour laquelle la plus grande partie du miel expédié au Japon vient de l'Alberta, c'est simplement que cette province est la source de 40 p. 100 de la production nationale de miel. De plus, la plupart des producteurs inscrits auprès de l'Agence canadienne d'inspection des aliments se trouvent en Alberta. L'inscription à l'agence est exigée pour être en mesure d'exporter.

C'est la raison pour laquelle la plus grande partie du miel destiné au Japon vient de l'Alberta, mais il y a aussi du miel québécois qui est exporté au Japon.

[Français]

Mme Annick Papillon: Y a-t-il des préoccupations économiques, en matière de transport, qui concernent plus l'Est du pays que l'Ouest du pays? Y a-t-il des avantages ou des désavantages?

[Traduction]

M. Lee Townsend: Je dirais que les producteurs de l'Est sont certainement désavantagés, ne serait-ce qu'à cause du prix du transport. À ma connaissance, le transport par bateau entre l'Est du Canada et Tokyo coûte près du double de ce qu'il coûte aux producteurs de l'Ouest. C'est évidemment un désavantage économique.

[Français]

Mme Annick Papillon: Je vous remercie.

Avez-vous des préoccupations relativement à nos normes? La réglementation du Japon est en hausse tandis que celle du Canada est parfois en baisse. Avez-vous des inquiétudes relativement aux

[Traduction]

normes sanitaires, etc.?

M. Lee Townsend: En fait, je n'ai aucune inquiétude à ce sujet. Notre industrie a pris l'initiative de renforcer ses normes à l'intention du Japon parce que nous avons constaté que les acheteurs japonais étaient très réticents lorsque nous leur demandions des précisions au sujet des normes que nous devons respecter au chapitre des protocoles d'essai et de la traçabilité.

Nous leur avons donc exposé ce que nous avions de mieux à leur offrir, et nous avons travaillé ensemble au renforcement des normes. Même si les normes canadiennes sont certainement moins strictes que celles du Japon, nous avons des producteurs qui se sont équipés suffisamment pour respecter les normes japonaises. De plus en plus de producteurs canadiens en ont pris note, ce qui les oblige plus ou moins à satisfaire aux mêmes normes pour rester compétitifs.

[Français]

Mme Annick Papillon: Nos producteurs québécois s'en sortent-ils bien, en ce qui a trait à la traçabilité?

[Traduction]

M. Lee Townsend: C'est certainement très difficile pour des provinces comme le Québec, l'Ontario, la Colombie-Britannique et les Maritimes parce qu'elles n'ont en général que de petits producteurs. Ceux-ci n'ont pas les moyens financiers voulus pour satisfaire aux normes de certains autres pays. Ils ne sont pas très nombreux, mais ceux d'entre eux qui exportent respectent les mêmes normes que celles que nous appliquons dans l'Ouest.

[Français]

Mme Annick Papillon: Très bien.

J'ai une autre question. On sait que le nombre d'abeilles est appelé à diminuer à la suite de problèmes environnementaux que nous connaissons. Cela pourrait-il affecter les abeilles? Cela vous préoccupe-t-il? Cela pourrait-il affecter votre production très sérieusement?

[Traduction]

M. Lee Townsend: Eh bien, entre 2006 et 2011, notre industrie a subi les pires pertes d'hivernage de son histoire, les pertes s'échelonnant entre 35 et 90 p. 100. Toutefois, vous ne trouverez pas beaucoup d'apiculteurs malheureux cette année. Nous avons probablement enregistré un véritable record en matière d'hivernage.

De ce fait, nous envisageons une croissance encore plus forte de nos ventes au Japon. Vous avez raison de dire qu'avec les pertes d'hivernage que nous avons subi dans les six dernières années, nous avons trouvé difficile de répondre à la demande de miel japonaise. Toutefois, la question ne se pose vraiment pas cette année parce que tout le monde est très heureux.

• (1155)

[Français]

Mme Annick Papillon: C'est très bien, je vous remercie.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Shipley, vous pouvez prendre tout le temps qui reste.

M. Bev Shipley (Lambton—Kent—Middlesex, PCC): Merci beaucoup.

Je voudrais poursuivre dans la même veine. Je pense en fait que c'est une bonne année pour poser des questions au sujet du commerce du miel à cause du temps clément que nous avons connu.

Je voudrais cependant revenir à quelque chose que vous avez dit. Les Japonais doivent parfois payer notre miel deux ou trois fois plus cher — à cause des tarifs et d'autres facteurs que nous comprenons maintenant — que le miel venant d'Argentine et du Chili par suite de la concurrence. Par conséquent, ils font des mélanges.

Nous n'avons pas la possibilité de faire comme eux et de mélanger notre miel. Est-ce plutôt que nous leur envoyons du miel de grande qualité, qu'ils mélangent ensuite pour le vendre? Comment cela marche-t-il? Il est difficile d'accepter un prix deux ou trois fois plus élevé.

M. Lee Townsend: Oui, c'est tout à fait cela.

Je dirais que c'est un peu notre faute. En effet, notre miel est très coûteux au Japon à cause de sa qualité et de sa réputation de meilleur miel du monde. Le seul autre miel importé au Japon qui soit encore plus coûteux que le nôtre est le miel Manuka venant de Nouvelle-Zélande, mais les quantités sont vraiment très petites.

C'est une pratique très courante un peu partout dans le monde. On prend du miel de grande qualité venant de pays comme le Canada en le payant très cher, puis on le mélange à du miel bon marché venant de pays sous-développés ou de pays comme la Chine et l'Argentine, qui n'ont pas la même qualité et ne respectent pas les mêmes normes. Cela permet de réduire les prix.

C'est l'origine des commentaires que j'ai faits.

M. Bev Shipley: D'accord.

Il ne me viendrait jamais à l'esprit de vous proposer de cesser d'exporter au Japon votre meilleur miel parce que, d'après tous les témoignages que nous avons entendus au sujet d'un accord de partenariat économique, les Japonais préfèrent la qualité et sont le

plus souvent disposés à payer davantage pour l'avoir. Je crois d'ailleurs que vous nous avez dit la même chose.

Monsieur Newman, je voudrais revenir au Partenariat transpacifique parce que nous parlons constamment de l'importance qu'il y a à s'occuper de cette question. Nous reconnaissons également l'importance de l'APE avec le Japon, que nous réussirons à conclure, je crois. Il y a quelques questions qui se posent au sujet du PTP. On peut être admis ou non, mais on peut aussi se demander si les négociations aboutiront jamais.

Je m'interroge sur vos observations. Les États-Unis ont défini des conditions assez strictes pour l'admission des différents pays. Croyez-vous néanmoins que Washington pourra en fait satisfaire à ses propres conditions?

M. Paul Newman: C'est une bonne question. Les Américains sont des commerçants redoutables. Toutefois, au Japon, le Canada a très bien réussi à traiter avec ses interlocuteurs étrangers, y compris les États-Unis. Par conséquent, nous ne craignons pas la concurrence américaine sur ce marché.

M. Bev Shipley: Je me demande si M. de Kemp a quelque chose à dire à ce sujet.

M. Phil De Kemp: En ce qui concerne le secteur agricole, je peux dire, ayant participé à deux cycles de négociations de l'OMC dans les 25 dernières années, que je serais très surpris que les États-Unis soient en mesure de joindre le geste à la parole. Considérez le riz ou le coton. Nous verrons bien où cela mènera.

M. Bev Shipley: Effectivement, c'est souvent le cas.

C'est tout pour moi.

Le président: Oui.

Je voudrais remercier sincèrement les témoins. Vous nous avez présenté de précieux renseignements dans vos exposés et vous avez donné des réponses complètes et succinctes à nos questions. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Nous allons maintenant suspendre la séance avant de recevoir notre prochain groupe de témoins.

Merci beaucoup. La séance est suspendue.

• (1155)

_____ (Pause) _____

• (1200)

Le président: La séance reprend.

Nos témoins sont ici, de même que les membres du comité. Je vous serais reconnaissant de regagner vos sièges.

Nous accueillons M. Raymond Loo, qui témoignera à titre individuel. Nous avons aussi, de l'Association canadienne des constructeurs de véhicules, M. Mark Nantais.

Je vous remercie de votre présence au comité.

M. Loo présentera son exposé en premier. Monsieur, la parole est à vous.

M. Raymond Loo (à titre personnel): Je vous remercie, monsieur le président, mesdames et messieurs, de m'avoir donné l'occasion de m'adresser à vous aujourd'hui.

L'hon. Wayne Easter: Monsieur le président, je voudrais interrompre le témoin pendant quelques instants. Raymond m'a demandé plus tôt s'il était possible de distribuer ce document. Son mémoire est en anglais seulement. Je connais la règle, mais il serait possible de le distribuer avec le consentement unanime.

Le président: Seulement si nous obtenons le consentement unanime...

Non, nous ne l'avons pas.

Allez-y, monsieur Loo. La parole est à vous.

M. Raymond Loo: Je vais commencer par vous donner un bref historique de mon expérience au Japon. Je suis agriculteur biologique à l'Île-du-Prince-Édouard. Ces dernières années, j'ai été actif au sein de nombreuses organisations agricoles de la province, essayant d'imaginer des moyens de rendre mon exploitation plus rentable. J'ai cependant constaté qu'il fallait commencer à chercher de nouveaux marchés et de nouveaux débouchés.

En 2005, j'ai décidé d'essayer de monter de ma propre initiative une affaire d'exportation, pour voir si je pouvais en faire un modèle pour les autres agriculteurs. En réalité, je ne pensais pas vraiment me transformer en homme d'affaires. Il est parfois intimidant d'essayer de lancer une entreprise comme cela, sans... On a toujours l'impression que seules les grandes sociétés peuvent réussir à moins d'obtenir beaucoup d'aide. J'ai donc examiné les possibilités de l'Île-du-Prince-Édouard pour voir quelles occasions on peut y trouver. Nous avons Anne des pignons verts. Nous avons la terre rouge. Nous avons de bonnes terres arables. Où pouvons-nous trouver des débouchés pour tout cela? Je me suis dit: probablement au Japon.

Je suis donc allé au bureau de Wayne Easter où j'ai pu obtenir son livre sur les ambassades à l'étranger. J'étais plutôt novice dans ce domaine. Je ne savais même pas qu'il fallait composer 001 pour faire un appel international.

Une voix: Wayne ne devait pas le savoir non plus.

M. Raymond Loo: J'ai simplement appelé notre ambassade à Tokyo et j'ai demandé à parler à quelqu'un qui pourrait s'intéresser aux produits biologiques ou aux produits de l'Île-du-Prince-Édouard. Le type qui m'a répondu à l'ambassade a dit: Quel est le profil de votre société et quelle est la liste de vos produits? J'ai répondu: Je n'ai pas un profil de société; je suis agriculteur et je n'ai pas une liste de produits parce que je veux aller là avec une feuille de papier vierge pour déterminer les produits que les gens souhaitent acheter et voir si nous pouvons les cultiver dans l'Île-du-Prince-Édouard. Mon interlocuteur a dit alors: Les hommes d'affaires japonais sont très occupés; rappelez-moi quand vous aurez plus d'information. C'était la fin de ma démarche.

Je suis un homme têtù. J'ai donc téléphoné au consulat canadien d'Osaka, qui a été fermé depuis. Mon interlocuteur là-bas était tout aussi confus, mais beaucoup plus poli. Il m'a transmis le nom de trois entreprises avec lesquelles je pouvais prendre contact. J'ai alors acheté un billet et j'ai pris l'avion pour le Japon. J'ai en fait passé 10 jours dans un temple bouddhiste. Une femme qui faisait du travail bénévole dans notre exploitation a pris rendez-vous pour moi. J'ai donc rencontré des représentants de trois entreprises différentes. Je fais maintenant des affaires avec eux, et j'ai fini par trouver un partenaire. L'un de mes interlocuteurs est depuis devenu mon associé. Il s'occupe à plein temps de vendre des produits de l'Île-du-Prince-Édouard dans la province même.

Ainsi, nous avons commencé par... Mon interlocuteur m'a demandé s'il nous était possible de faire pousser du cassis. Étant surtout renommés pour leurs pommes de terre, la plupart des gens de

l'Île-du-Prince-Édouard ne savent même pas ce qu'est le cassis. Une fois rentré chez moi, je me suis gratté la tête pendant un certain temps avant de décider de faire un essai. Nous cultivons aujourd'hui du cassis biologique sur un terrain de 60 acres dans l'Île-du-Prince-Édouard. Je crois que c'est la plus grande superficie de cassis du Canada. Nous avons donc commencé à vendre des confitures au Japon. Nous en avons vendu pour 20 000 \$ lors de notre première expédition. L'année dernière, nous en étions à environ un million de dollars de produits à identité préservée comprenant du canola, du sarrasin, du soja et des racines séchées de pissenlit. Beaucoup de gens pensent que le pissenlit est une mauvaise herbe, mais le pissenlit que nous vendons au Japon sert à faire du thé et des infusions. Je suis actuellement l'un des rares agriculteurs qui cultivent le pissenlit.

Un type m'avait téléphoné en juin dernier pour me demander s'il nous était possible de faire pousser du pissenlit dans l'Île-du-Prince-Édouard. Ayant regardé dehors, j'ai constaté que pratiquement toute l'île était couverte de jaune. J'ai donc répondu que je pouvais le faire si j'arrivais à trouver des semences.

Me voyant un jour sarcler mon champ de pissenlit, mon fils m'a dit: Tu éviteras de dire à trop de gens que tu dois débarrasser le pissenlit des mauvaises herbes; ils te trouveraient encore beaucoup plus bizarre qu'un simple agriculteur biologique. Je vends maintenant du pissenlit séché au Japon. J'ai formé un partenariat avec une société japonaise. Le propriétaire est venu deux fois nous rendre visite à l'Île-du-Prince-Édouard. Le tsunami nous a en fait permis de développer considérablement nos ventes parce que les gens se méfient de la production locale à cause des radiations émises par la centrale de Fukushima. Pour ma part, je suis souvent allé au Japon au cours des huit dernières années.

Le marché japonais est très développé. Les gens exigent des produits de très grande qualité et tolèrent mal les erreurs. Nous avons pu nous en rendre compte en faisant nous-mêmes quelques erreurs. Nous assistons depuis cinq ans au salon professionnel Foodex organisé au Japon. Nous croyons que le marché japonais est très important pour des raisons allant au-delà des ventes directes. Notre présence nous donne l'occasion de pénétrer d'autres marchés qui observent le Japon et le considèrent comme le marché le plus difficile d'accès du monde. Nous avons eu la possibilité d'envisager la Corée et d'autres pays.

Comme je l'ai dit, nous avons commencé à collaborer avec quelques sociétés du Japon central. L'une des difficultés que nous avons est d'établir l'équivalence avec les normes japonaises concernant les produits biologiques. Nous vendons également des produits conventionnels. Je ne veux pas donner l'impression que nous ne nous occupons que des produits biologiques. Nous vendons également beaucoup de produits conventionnels. Avec leur programme biologique national, les États-Unis ont obtenu l'équivalence avec les normes japonaises, mais ce n'est pas notre cas. Par conséquent, un agriculteur américain n'a que 50 \$ à payer pour faire reconnaître l'équivalence et être autorisé à apposer le logo JAS de conformité aux normes japonaises. L'année dernière, j'ai dû déboursé environ 1 800 \$ et remplir d'innombrables formulaires pour obtenir la même chose. C'est un désavantage considérable, surtout pour un petit producteur qui essaie d'exporter au Japon. Voilà l'une de nos principales difficultés.

• (1205)

Il faudrait en outre établir des relations étroites entre le personnel de l'ambassade à Tokyo et nos responsables du commerce agricole au Japon. Nous avons souffert du manque de communication dans le passé. Par exemple, lorsque nous nous présentions à l'ambassade pour assister à des réunions, il nous est arrivé d'être presque renvoyés à cause de mauvaises communications. Comme j'étais accompagné d'acheteurs, c'était plutôt embarrassant.

Il faudrait aussi que notre gouvernement collabore étroitement avec le gouvernement japonais pour essayer de réduire les droits de douane imposés sur l'huile de canola pressée à froid et d'autres produits alimentaires, tout en reconnaissant bien sûr que le Japon ne fera jamais rien qui puisse nuire à ses propres producteurs. Nous croyons que ce facteur entrave nos efforts de développement de ce marché.

Par ailleurs, je crois que, dans les salons professionnels, le pavillon canadien devrait s'intéresser davantage à la promotion du commerce qu'au contenu des kiosques. D'après ce que nous avons pu constater, les responsables du pavillon veulent surtout remplir les kiosques. Lorsque je me suis présenté là cet été en compagnie de quelques acheteurs, ils m'ont littéralement jeté dehors et renvoyé dans un restaurant à l'extérieur parce que nous n'avions pas notre propre kiosque cette année, alors que nous en avions les quatre années précédentes. Pourtant, nous n'occupions pas l'espace d'autres exposants. Nous étions simplement à un endroit inoccupé. Toutefois, comme nous n'avions pas un kiosque, nous avons dû partir. Une fois de plus, c'était embarrassant en présence d'acheteurs.

Nous avons dû faire beaucoup d'essais pour déceler la présence de résidus de pesticides et d'OGM. Ces essais étant très coûteux au Canada, nous avons dû envoyer nos échantillons au Japon pour qu'ils soient analysés à un prix beaucoup plus raisonnable. Nous croyons que c'est un autre inconvénient parce que ces essais prennent du temps et que les erreurs sont toujours possibles à cause des mauvaises communications.

Je ne fais qu'aborder très rapidement quelques-unes des difficultés. J'espère avoir l'occasion d'en couvrir davantage en réponse à des questions.

Je dois dire que le Japon a la réputation d'être le marché le plus difficile d'accès. Toutefois, une fois qu'on y a établi une présence, les Japonais sont absolument... Une fois qu'on a donné une poignée de main pour sceller un marché, les Japonais sont des gens qui paient rubis sur l'ongle et tiennent toujours leur parole. Sur le plan commercial, le Japon est vraiment un bon partenaire.

• (1210)

Le président: Merci beaucoup de votre témoignage. Je suis sûr qu'il suscitera de nombreuses questions.

Nous accueillons maintenant, de l'Association canadienne des constructeurs de véhicules, M. Mark Nantais.

La parole est à vous.

M. Mark Nantais (président, Association canadienne des constructeurs de véhicules): Merci beaucoup, monsieur le président. Bon après-midi, mesdames et messieurs.

L'Association canadienne des constructeurs de véhicules assure depuis plus de 85 ans la représentation nationale des grands constructeurs et distributeurs de véhicules lourds et légers du Canada.

Chacun de nos membres a des stratégies et des intérêts d'affaires différents. Je serai heureux de vous parler des préoccupations et des

points de vue communs, mais je vous dirai aussi que si j'estime que des sociétés membres sont mieux placées pour répondre à des questions touchant certains sujets, je me ferai un plaisir de vous donner les coordonnées des personnes compétentes.

En ce moment, les sociétés membres de l'ACCV comprennent Chrysler Canada, Ford Canada, General Motors Canada et Navistar Canada.

J'ai cru bon de vous présenter aujourd'hui un bref aperçu de l'industrie automobile canadienne, du caractère fermé du marché automobile japonais et des défis à relever si on souhaite y accéder.

L'année dernière, 70 p. 100 de l'ensemble de la production intérieure de véhicules et 47 p. 100 des ventes de véhicules au Canada étaient attribuables à nos membres. Près de 85 p. 100 de ces véhicules sont exportés, principalement à notre plus grand marché, les États-Unis. De plus, les sociétés membres de l'ACCV exportent des véhicules construits au Canada à destination de plus de 50 pays du monde. Le nombre de ces pays augmente avec le temps.

Les membres de l'ACCV reconnaissent les avantages mutuels d'un accord de libre-échange bien structuré et appuient le renforcement des intérêts économiques du Canada grâce à l'expansion des marchés mondiaux et à l'ouverture de nouveaux débouchés. Nous sommes en faveur du libre-échange et, conscients de l'important rôle que joue la construction automobile dans l'économie du pays, nous avons des contacts constructifs avec le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international en vue d'en arriver aux meilleurs résultats possibles.

L'année dernière, l'industrie automobile a produit des véhicules et des pièces d'une valeur de 69 milliards de dollars, ce qui représente 12 p. 100 du PIB manufacturier du Canada. L'industrie automobile s'est classée deuxième par l'importance de ses exportations, qui représentaient 12 p. 100 des exportations totales du Canada et avaient une valeur de 53 milliards de dollars à la fin de 2011.

Plus de 40 000 Canadiens travaillent dans les usines de montage d'automobiles. Chacun de ces emplois en engendre neuf autres. C'est le rapport le plus élevé de tout le secteur manufacturier. Au total, 112 000 Canadiens sont directement employés par l'industrie automobile. Plus de 400 000 autres emplois sont indirectement attribuables à cette industrie.

De toute évidence, le secteur manufacturier joue un rôle essentiel dans l'économie canadienne, mais son rôle est encore plus critique dans le cas de l'Ontario puisque l'industrie automobile représente 22 p. 100 du PIB manufacturier de la province. Par conséquent, la stratégie de commerce international du gouvernement fédéral doit favoriser la croissance de tous les secteurs, y compris l'industrie automobile.

Depuis la signature du Pacte de l'automobile de 1965, l'industrie automobile canadienne est fondée sur le libre-échange et, à plus forte raison, après la conclusion de l'Accord de libre-échange Canada-États-Unis et de l'ALENA. En fait, l'ALENA a énormément profité à l'industrie automobile canadienne, sans parler de nombreuses autres industries.

Après une cinquantaine d'années de décisions stratégiques irréversibles et soigneusement exécutées, la production automobile canadienne est constituée de façon à appuyer un marché nord-américain intégré qui assure d'importantes économies d'échelle et permet ainsi d'offrir au consommateur les meilleurs produits aux meilleurs prix. Les accords de libre-échange doivent reconnaître la forte intégration du marché nord-américain, qui est conçue pour maximiser l'efficacité et les occasions d'investissement.

En gardant cela à l'esprit, les membres de l'ACCV appuient généralement les accords de libre-échange bien structurés conclus avec des pays qui assurent manifestement un accès ouvert et commercialement utilisable à leur marché. Ayant réalisé l'année dernière des ventes d'environ 5 millions de véhicules, le Japon s'est classé troisième parmi les plus grands marchés de véhicules du monde, derrière la Chine et les États-Unis. Par comparaison, 1,6 million de véhicules ont été vendus au Canada en 2011.

Malheureusement, dans le cas du Japon, les antécédents d'importation de la dernière décennie confirment que les constructeurs étrangers n'ont pas vraiment réussi à pénétrer ce marché qu'on ne peut pas objectivement qualifier d'ouvert. Même si aucun droit de douane n'est imposé sur les véhicules finis importés, plus de 95 p. 100 des véhicules vendus au Japon ont été produits dans le pays.

Le graphique que le greffier a eu l'obligeance de vous distribuer plus tôt illustre très clairement la situation: le niveau de pénétration des importations au Japon est inférieur à 4 p. 100.

Même si les véhicules importés entrent en franchise, le Japon se classe dernier parmi tous les pays de l'OCDE pour ce qui est de l'accès des véhicules importés à son marché. Cela est tout à fait contraire aux tendances du marché observées dans les économies développées du monde.

Comme vous pouvez le voir sur le graphique, la pénétration moyenne des véhicules importés sur les marchés des pays de l'OCDE s'élève à 54 p. 100, soit 13 fois le niveau enregistré au Japon.

Dans le cas du Canada, nous avons l'un des marchés les plus ouverts du monde puisque seuls 19 p. 100 des véhicules vendus dans le pays y ont été produits. Plus de 80 p. 100 des véhicules vendus au Canada ont été construits ailleurs.

• (1215)

Malgré des droits de douane de 6,1 p. 100, 25 p. 100 des véhicules vendus au Canada ont été construits dans des pays extérieurs à l'ALENA. De plus, 45 p. 100 des véhicules vendus au Canada ont été construits aux États-Unis et 10 p. 100 au Mexique.

Ainsi, tandis que le marché japonais consomme près de 5 millions de véhicules par an, le Japon produit le double de ce nombre et a adopté des politiques visant clairement à trouver des débouchés à l'étranger. Le caractère fermé du marché japonais de l'automobile n'est pas un phénomène accidentel. Il découle de politiques publiques délimitées qui ont fait l'objet d'examen minutieux depuis les années 1960, y compris un certain nombre d'initiatives bilatérales américaines, dans les années 1980 et 1990, tendant à ouvrir le marché automobile japonais. Malheureusement, aucune des mesures prises n'a donné des résultats probants.

D'une façon générale, les barrières non tarifaires japonaises comprennent un ensemble de normes et de règlements très particuliers, un processus obscur de réglementation et un régime de certification qui reste difficile et coûteux. Je vais vous donner un exemple.

Même si le Japon a fait des progrès en harmonisant certains de ses règlements relatifs à l'automobile avec ceux de l'Union européenne, des différences importantes demeurent, et le Japon continue à adopter d'une manière opportuniste de nouveaux règlements très particuliers. Le caractère imprévisible de la réglementation fait qu'il est extrêmement difficile de s'assurer, à des fins de planification commerciale, si la mise en marché d'un produit sera viable sur le marché japonais.

La certification à des fins de vente au Japon est aussi très coûteuse. Elle revient ordinairement à quelques millions de dollars

par nouveau véhicule, ce qui limite les ventes de la plupart des véhicules étrangers à moins de 2 000 par an, ce volume permettant de recourir à un processus d'approbation accéléré. Toutefois, le Japon a essayé de limiter la demande des consommateurs, même pour le petit nombre de véhicules importés dans le cadre de ce processus accéléré. Je vais encore vous donner un exemple. Les véhicules vendus dans le cadre du processus pour petit volume ont été à l'origine exclus du programme de prime à la casse établi par le gouvernement pour favoriser l'élimination des vieux véhicules. Face aux pressions internationales, le Japon est par la suite revenu sur sa décision, mais n'a rendu admissibles qu'un petit nombre de véhicules importés.

Avant d'engager des négociations, il faudrait s'assurer que le Japon est vraiment prêt à ouvrir son marché et à prendre des engagements pouvant aboutir à une augmentation sensible de ses importations afin qu'elles atteignent des niveaux comparables à ceux des autres pays de l'OCDE. Les discussions avec le Japon doivent tenir compte des sérieux problèmes que j'ai mentionnés. Autrement, un accord de partenariat économique ne serait pas avantageux pour tous les secteurs et pourrait même nuire à l'industrie automobile canadienne.

Monsieur le président, je vais m'en tenir à cela. Je serai certainement heureux de répondre à toute question que le comité voudra bien me poser. Je vous remercie.

Le président: Merci beaucoup pour votre exposé.

Nous allons maintenant passer aux questions et réponses. Je vais donner la parole en premier à M. Davies. Vous avez sept minutes.

À vous, monsieur Davies.

M. Don Davies: Merci, monsieur le président.

Je remercie nos deux témoins de leur présence au comité aujourd'hui.

Monsieur Loo, je voudrais vous poser quelques questions. Si j'en juge d'après votre témoignage, j'ai l'impression que lorsque vous vous êtes adressé à l'ambassade et aux consulats du Canada pour obtenir de l'aide en matière de développement du marché et d'assistance aux entreprises au Japon, le service que vous avez obtenu a été — soyons indulgents — en deçà de vos attentes. Est-ce bien le cas?

M. Raymond Loo: Il est certain que le premier appel téléphonique que j'ai fait à l'ambassade de Tokyo ne m'a pas beaucoup aidé. Je dirais même qu'il m'a découragé. Par contre, le consul et les gens qui travaillent dans les petits bureaux sur le terrain ont été parfaits. J'ai trouvé très agréable de travailler avec eux. Quant à l'ambassade même, où je me suis rendu peut-être quatre fois, je dois dire que je n'en suis jamais sorti le cœur chaud.

M. Don Davies: Au sujet de votre deuxième appel, je crois que vous avez dit que votre interlocuteur était aussi confus, mais plus poli.

M. Raymond Loo: Oui, beaucoup plus poli. Il était un peu confus parce qu'il n'avait pas l'habitude d'avoir affaire à un agriculteur qui voulait vendre quelque chose sans savoir quoi exactement. Je voulais simplement connaître les produits dont le marché avait besoin pour essayer d'en produire chez moi. Je fais pousser différentes récoltes depuis des années en attendant l'appel d'éventuels acheteurs. Aujourd'hui, je veux que le téléphone sonne en premier.

Le personnel du bureau agricole de Charlottetown a été vraiment très aimable. Les fonctionnaires fédéraux, de même que les représentants régionaux au Japon, m'ont beaucoup aidé. Quant à l'ambassade... Je crois que, pour eux, mon entreprise était un peu trop petite pour qu'ils s'y intéressent.

• (1220)

M. Don Davies: Eh bien, je voudrais vous féliciter pour votre initiative, votre diligence et votre esprit d'entreprise. Ce que vous avez réalisé est tout à votre honneur. Je suis heureux que vous ayez réussi. Il y a pour nous un enseignement à tirer de cette expérience: nous devrions intensifier notre aide aux entreprises canadiennes de toutes sortes.

Monsieur, j'aimerais vous dire que vous n'êtes pas trop petit. Vous êtes exactement le genre de personne que nous voulons voir développer des entreprises à l'étranger.

Je voudrais maintenant passer à M. Nantais. Puis-je supposer que votre organisation n'est pas pour le moment en faveur d'un accord de libre-échange ou de partenariat économique avec le Japon?

M. Mark Nantais: C'est exact dans la mesure où, pour toutes les raisons que j'ai mentionnées, il serait très difficile de procéder sur cette base.

M. Don Davies: Votre organisation a-t-elle fait des projections quelconques quant aux effets d'un éventuel accord sur la production intérieure de véhicules et sur les emplois au Canada?

M. Mark Nantais: Nous avons fait une analyse — assez limitée, je dois dire — pour déterminer la baisse possible de coût des véhicules importés du Japon. Ce serait de l'ordre de 1 300 \$ par véhicule. Avec une telle baisse, particulièrement dans le marché des petites voitures, nous aurions vraiment beaucoup de difficulté à soutenir la concurrence.

Un examen des statistiques commerciales actuelles révèle que le Canada importe chaque année environ 200 000 véhicules construits au Japon, malgré les droits de douane de 6,1 p. 100. Par conséquent, nous croyons que ces droits n'entravent pas l'importation des véhicules.

De plus, les deux constructeurs japonais qui ont des installations au Canada produisent un nombre de véhicules tel que les pourcentages sont essentiellement... Les véhicules qu'ils produisent au Canada sont vendus au Canada ou en Amérique du Nord. C'est la principale raison pour laquelle ils se sont établis chez nous.

Pour le moment, c'est ce que nous pensons de cette question particulière.

M. Don Davies: Si vous avez des réserves au sujet de cet accord, j'ai l'impression que c'est parce que vous pensez qu'il aura des effets négatifs sur vos membres. J'essaie de déterminer la nature exacte de ces effets qui, à votre avis, nuiront à votre industrie.

M. Mark Nantais: Il est évident que tout véhicule étranger vendu au Canada se traduit par une baisse des ventes de l'industrie canadienne. Cela s'applique aussi aux autres constructeurs qui ont des installations de production chez nous.

De ce point de vue, il y a un effet négatif possible. Comme je l'ai dit, le marché canadien est déjà le plus ouvert du monde. Bien qu'il puisse y avoir d'autres secteurs qui voient là des perspectives intéressantes, nous croyons qu'un accord ne nous offrirait pas les mêmes occasions et pourrait même porter préjudice à notre industrie. Une baisse de notre chiffre d'affaires peut avoir des répercussions sur le montage de véhicules au Canada et le nombre de véhicules que nous produisons et, partant, avoir des incidences négatives à long terme sur l'emploi.

M. Don Davies: D'accord.

Je me suis entretenu hier avec des représentants de General Motors Canada. Ils m'ont parlé de deux barrières non tarifaires précises. Si j'ai bien compris, il y a le PHP, ou processus de

traitement préférentiel, et le TDS... Je regrette, je ne sais même pas ce que représente cet acronyme.

Croyez-vous aussi que ce sont là des barrières non tarifaires?

M. Mark Nantais: Absolument.

M. Don Davies: Pouvez-vous nous décrire brièvement ces processus?

M. Mark Nantais: J'ai ici une brève description que je peux vous laisser, si vous le souhaitez.

M. Don Davies: D'accord.

M. Mark Nantais: Tout le monde s'entend pour dire que ce sont des barrières non tarifaires. Ces acronymes désignent différents programmes de certification des véhicules qui, selon la façon dont on les envisage, deviennent progressivement plus stricts ou progressivement plus souples.

Ces régimes de certification représentent néanmoins une exigence très particulière du Japon et constituent, de ce fait, des barrières non tarifaires. Tout le monde est d'accord là-dessus.

M. Don Davies: Si les droits de douane de 6,1 p. 100 actuellement imposés sur les véhicules construits au Japon étaient éliminés, croyez-vous que cela entraînerait la production au Canada d'un plus grand nombre de véhicules destinés à l'exportation?

M. Mark Nantais: Le Japon, et plus particulièrement son industrie automobile, se trouve actuellement dans une situation intéressante. Son marché manifeste généralement une tendance à la baisse. Il a en ce moment une surcapacité considérable, de sorte que le gouvernement se sent obligé, je crois, de maintenir ses politiques et son environnement réglementaire, qui sont conçus pour garder la production au Japon.

Je ne crois pas que l'élimination des droits de douane entraîne — au Japon ou ailleurs — une augmentation de la production destinée au Canada. Les constructeurs déjà établis chez nous ont un important volume de production. Je crois cependant qu'ils continueront à importer un assez grand nombre de véhicules qu'ils préfèrent produire au Japon plutôt qu'au Canada.

Je n'envisage donc pas un transfert de production vers le Japon, mais je crois que les constructeurs continueront à essayer de préserver ce qu'ils ont et à importer ou exporter des véhicules, selon le cas, compte tenu de la surcapacité qui existe.

• (1225)

M. Don Davies: Monsieur Nantais, je voudrais vous demander très rapidement de nous parler du soutien de la R-D dans votre industrie. Le gouvernement fédéral peut-il adopter des politiques pour vous aider à renforcer votre compétitivité? Je pense à un plus grand soutien de la R-D et à d'autres politiques susceptibles d'aider vos membres.

M. Mark Nantais: Absolument. Le gouvernement du Canada a pris, pendant la période de récession, des décisions très difficiles qui ont été très avantageuses pour l'ensemble de l'industrie canadienne de l'automobile, et pas seulement pour les deux sociétés qui ont reçu une aide directe.

Il fut un temps où il y avait des investissements. Par exemple, le Fond d'innovation pour le secteur de l'automobile avait pour objet d'attirer de nouveaux investissements au Canada. Nous croyons que ce programme devrait être maintenu. Il devrait être reconduit ou remplacé par un nouveau programme. En effet, toutes les économies ont ou souhaitent avoir une industrie automobile et déploient de grands efforts pour la développer en adoptant des politiques favorables ou en encourageant les nouveaux investissements.

Le Mexique a fait un travail remarquable dans ce domaine. Il en est de même de l'État du Tennessee, qui a un guichet unique permettant d'accéder à tous les programmes gouvernementaux. Les responsables ont éliminé toutes les tracasseries administratives et offrent une vaste gamme de stimulants. Si nous voulons faire la concurrence à ces administrations, nous avons besoin de programmes au moins comparables pouvant amener les décideurs — où qu'ils se trouvent, que ce soit à Detroit, à Stuttgart ou au Japon — à considérer que le Canada est un pays où il est rentable de faire de nouveaux investissements ou de renforcer ceux qui existent déjà.

À l'heure actuelle, 18 projets de nouveaux investissements sont à l'étude. Six d'entre eux devraient se matérialiser dans les trois prochaines années. Par conséquent, c'est le bon moment pour encourager les investissements. Le gouvernement fédéral et l'Ontario — où se situe la plus grande partie de l'industrie — peuvent prendre un grand nombre de mesures d'une manière concertée pour favoriser les nouveaux investissements.

Le président: Merci beaucoup.

À vous, monsieur Keddy.

M. Gerald Keddy: Merci, monsieur le président.

Je souhaite la bienvenue à nos témoins.

Je partagerai mon temps de parole avec M. Holder. Je serai donc assez concis. Je tiens cependant à souhaiter en particulier la bienvenue à M. Loo, que j'ai écouté avec plaisir. Je suis heureux que Wayne ait finalement invité un témoin intéressant. Il suffit de le secouer un peu de temps en temps. Quand nous avons commencé à parler de traduction, j'ai pensé au fait que nous devons habituellement en faire pour Wayne et parfois pour moi-même, parce que nous venons tous deux de la côte Est, mais je crois que ça va.

Vous avez trouvé un créneau de marché. C'est vraiment ce qui est arrivé là-bas. Vous avez vous-même développé ce créneau. Je comprends bien certaines des difficultés que vous dites avoir rencontrées, mais je dois dire, à la défense du personnel de l'ambassade et de nos délégués commerciaux, que j'ai personnellement trouvé que ces gens comptaient parmi les meilleurs qu'on puisse trouver dans le monde. Ils offrent des services extrêmement utiles 99,9 p. 100 du temps. Bien sûr, il peut y avoir des petits problèmes à l'occasion.

Quoi qu'il en soit, je constate que vous avez trouvé votre marché, que vous vous êtes rendu compte des exigences particulières du Japon et que vous avez pu vous y conformer, notamment en ce qui concerne les essais de résidus de pesticides et d'OGM. Si vous devez faire faire ces essais au Japon, cela fait partie des frais d'affaires. Vous devez donc en tenir compte dans vos marges bénéficiaires, et il est évident que vous avez trouvé un moyen de le faire.

Les restrictions allaient-elles au-delà des exigences phytosanitaires? Avez-vous dû affronter d'autres problèmes liés à la réglementation?

M. Raymond Loo: Non. Je ne voudrais pas être trop dur pour le personnel de l'ambassade. Les fonctionnaires et les agents commerciaux qu'on trouve un peu partout au Japon ont été parfaits.

C'est seulement que j'ai trouvé mon premier contact plutôt décourageant.

Le plus grand problème, c'est que nous nous sommes fait prendre une fois avec un résidu. Il était admissible, mais nous n'étions pas au courant de son existence. Il s'agissait simplement d'un traitement appliqué aux semences de canola, dont on a retrouvé des traces dans les semences l'année suivante. Il a fallu donner des explications, ce que nous avons réussi à faire. Nous avons donc pu poursuivre nos activités.

Certaines des difficultés que j'ai rencontrées étaient liées à la façon dont on fait des affaires au Japon. C'est très différent de ce que nous avons ici. Il faut constamment échanger une masse d'information, avec des organigrammes et toutes sortes d'autres choses du même genre. Il n'a pas été facile pour moi de m'adapter. Cela m'a pris un certain temps. J'ai dû ensuite travailler très fort pour faire comprendre aux autres agriculteurs la nécessité de tenir tous les dossiers voulus et de garder toutes les autres choses nécessaires.

Je ne suis pas sûr. Le gouvernement n'a rien à se reprocher à cet égard, mais il est vraiment difficile d'organiser des réunions d'agriculteurs, d'essayer de réunir les gens pour leur expliquer... Il n'y a pas de doute que la plupart des agriculteurs de l'Île-du-Prince-Édouard à qui j'ai affaire n'avaient absolument aucune idée, avant que je prenne cette initiative, de toutes les démarches à entreprendre pour mettre directement en marché un produit, particulièrement au Japon.

J'étais à Dubaï, il y a deux ans. J'avais été invité à y aller pour essayer de vendre des pommes de terre. Au cours d'un entretien, mon interlocuteur a découvert que nous vendions des confitures au Japon. Il m'a dit que si nous avions réussi à en écouler au Japon, il souhaitait en acheter lui aussi. Il était disposé à s'engager parce qu'il savait que le marché japonais a des exigences très strictes et très difficiles à satisfaire au chapitre de l'étiquetage et dans différents autres domaines.

Ce que j'ai fait dans le passé et que je continue à faire quand je ne sais pas à qui je dois m'adresser, c'est appeler un contact qui travaille au ministère de l'Agriculture pour lui demander de faire des recherches et de déterminer à qui je devrais parler. En effet, il est parfois difficile de trouver la personne qu'il faut afin d'obtenir des renseignements sur l'importation, les droits de douane applicables, les expéditions et toute la documentation à présenter.

Ce moyen est efficace. Comme je l'ai dit, aux salons professionnels et à d'autres rencontres, les grandes sociétés ont parfois du personnel et des connaissances que les petites entreprises n'ont pas. Nous ne savons pas nécessairement comment procéder.

● (1230)

M. Gerald Keddy: Je comprends.

Le président: Monsieur Holder.

M. Ed Holder (London-Ouest, PCC): Merci, monsieur le président. Je voudrais également remercier nos témoins de leur présence aujourd'hui.

Monsieur Loo, vous êtes un grand conteur. De bien des façons, vous me rappelez ma mère, qui vit au Cap-Breton.

Je voudrais poser quelques questions à M. Nantais. Je ne dispose malheureusement pas de beaucoup de temps.

Monsieur Nantais, est-ce que les constructeurs japonais font actuellement partie de votre association?

M. Mark Nantais: Non. Nous avons certaines relations avec les sociétés mères Toyota et Honda, qui se distinguent de Toyota Canada et Honda Canada. Ces deux dernières sociétés sont des entités distinctes.

M. Ed Holder: D'accord. Prenez-vous des mesures quelconques pour les encourager à faire officiellement partie de votre organisation?

M. Mark Nantais: Comment répondre à cette question?

Non, pas pour le moment.

M. Ed Holder: Souhaitez-vous que ces sociétés deviennent membres de l'ACCV?

M. Mark Nantais: Je crois que les discussions que nous avons aujourd'hui autour de cette table au sujet des problèmes manufacturiers au Canada sont telles que je ne suis pas sûr que ces sociétés aient besoin de devenir membres. Nous nous entendons sur beaucoup de questions et convenons avec elles d'agir pour résoudre de nombreux problèmes.

M. Ed Holder: Vous voyez, c'est là que cela devient intéressant. Nous en sommes aux premiers stades d'un éventuel accord avec le Japon.

Je crois, messieurs, que votre présence ici aujourd'hui vous donne une chance unique de faire valoir votre point de vue parce que nous n'avons encore rien signé. Les arguments que vous nous présentez peuvent être très utiles pour vous. Je dirais même, surtout pour vous, monsieur Nantais, que si vous avez des recommandations précises à formuler au sujet des barrières non tarifaires — car vous avez dit que les droits de douane n'occasionnent pas vraiment de difficultés, étant nuls en cas d'exportation au Japon et relativement peu élevés, aux environs de 6 p. 100, en cas d'importation au Canada —, c'est le bon moment de les présenter. Votre association peut les transmettre à notre greffier afin de nous donner des idées précises. Vous avez vraiment une chance unique d'agir.

J'espère que vous saisissez cette occasion. Il est essentiel que vous le fassiez dans l'intérêt de l'industrie. C'est en partie la raison pour laquelle notre gouvernement fédéral a fait d'importants investissements dans les Trois Grands de Detroit. Deux d'entre eux en ont profité durant la récession mondiale, ce qui a préservé le secteur manufacturier canadien. Vous reconnaîtrez, je crois, que les contribuables canadiens ont fait un investissement important en faveur de ces constructeurs automobiles.

M. Mark Nantais: Absolument.

M. Ed Holder: Cela étant dit, ma question est la suivante. Sachant que Toyota et Honda ont beaucoup contribué au développement et à la croissance dans le sud de l'Ontario — vous avez déjà dit qu'ils vendent chez nous ce qu'ils produisent chez nous —, il ne s'agit pas seulement des véhicules japonais qu'ils importent au Canada. Cela va au-delà.

Voici ma question. Les constructeurs européens semblent avoir un certain succès au Japon, ayant trouvé des produits que les Japonais souhaitent acheter. Pouvez-vous me dire pourquoi le Canada ne fait pas la même chose? Pourquoi nos constructeurs canadiens ne développent-ils pas le genre de produits qui peuvent plaire aux Japonais, si vous pensez que c'est là que réside le problème?

M. Mark Nantais: Cela dépend de votre définition du succès. Si vous parlez aux constructeurs européens qui ont réussi à vendre un certain nombre de véhicules au Japon, vous constaterez que le volume de leurs ventes est très inférieur à celui qu'ils ont dans n'importe quel autre pays de l'OCDE. Je ne suis pas sûr de ce qu'on peut considérer comme du succès, mais ils ont vendu un plus grand

nombre de véhicules. Toutefois, ces véhicules sont en général de haute gamme et permettent des marges bénéficiaires très élevées, leurs clients étant disposés à payer davantage pour les avoir. Dans ces conditions, ils sont mieux en mesure d'absorber les frais importants liés par exemple à la certification des véhicules, dont nous avons parlé tout à l'heure. Il peut s'agir de millions de dollars par véhicule. Ces constructeurs sont donc dans une situation assez particulière.

Pour ce qui est des constructeurs automobiles traditionnels de l'Amérique du Nord, ils vendent leurs véhicules au Japon depuis des années, mais en très petits volumes. Je ne dirais pas que les Japonais ne souhaitent pas acheter ces véhicules ni que les constructeurs n'ont pas déployé les efforts voulus pour conquérir ce marché. Inversement, s'ils font de grands efforts mais ne vendent quand même que des très petits volumes, c'est qu'ils sont vraiment déterminés. Autrement, ils renonceraient à ce marché, comme Hyundai l'a récemment fait. J'ai vu cette semaine un article disant que les Coréens ont décidé de se retirer du Japon.

Dans le vieil environnement réglementaire qui règne, les gens se disent qu'en fin de compte, ils doivent composer avec cet environnement. Il est très difficile d'augmenter les ventes de n'importe quel véhicule à moins d'être constructeur de véhicules haute gamme. Et, même dans ce cas, les ventes sont très nettement inférieures à ce qu'elles sont dans n'importe quel autre pays de l'OCDE.

• (1235)

Le président: Merci beaucoup.

À vous, monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter: Je vous remercie.

Je remercie aussi nos deux témoins.

Raymond, je vous félicite de votre entêtement. Sans votre obstination, vous ne seriez pas présent sur le marché japonais. Je n'ai aucun doute là-dessus.

J'ai noté quelques points de votre exposé qui pourraient avoir leur importance. Vous avez dit que les Américains ont obtenu l'équivalence pour ce qui est des normes biologiques, mais pas nous. L'équivalence rapporterait d'importants avantages aux producteurs biologiques, que ce soit dans l'Île-du-Prince-Édouard ou en Ontario. Que faudrait-il faire pour l'obtenir?

M. Raymond Loo: Le gouvernement du Canada a fait reconnaître l'équivalence avec le programme biologique national des États-Unis. Nous avons également l'équivalence avec l'UE, mais pas avec le Japon. Je ne suis pas sûr de l'étape du processus que nous avons atteint, mais les délais sont longs. Bien sûr, les Japonais ont d'abord examiné la demande américaine, puis celle de l'UE. Toutefois, le Japon est un important marché pour nous. Le fait pour les Américains d'avoir obtenu l'équivalence, mais pas nous, est avantageux pour eux. Plus tôt nous l'obtiendrons, mieux cela vaudra.

Je ne crois pas qu'il y ait beaucoup d'obstacles. Nous n'utilisons rien qui ne soit pas permis. Il faudra vraiment des démarches de gouvernement à gouvernement pour obtenir cette équivalence.

L'hon. Wayne Easter: Est-ce Agriculture et Agroalimentaire Canada ou le Commerce international qui s'occupe de ce dossier? Le savez-vous?

M. Raymond Loo: Il s'agit des normes réglementaires du Régime Bio-Canada. Je crois que c'est Agriculture Canada qui s'occupe du dossier. Je pense néanmoins que les démarches devraient se faire de gouvernement à gouvernement.

Mon exploitation agricole a la certification nationale Bio-Canada. De leur côté, les États-Unis ont obtenu l'équivalence avec la norme japonaise JAS. Malheureusement, je ne peux pas emprunter cette voie. La réglementation s'applique selon le pays d'origine. Par conséquent, l'entente doit résulter de contacts de gouvernement à gouvernement. C'est un important obstacle pour nous.

L'hon. Wayne Easter: Monsieur le président, je me demande si nos chercheurs peuvent examiner cette question par l'entremise de la Bibliothèque du Parlement. Nous devons savoir ce qu'il convient de recommander dans ce domaine. Je peux aussi écrire directement à la Bibliothèque.

Le second domaine dont vous avez parlé comme source de difficultés est celui des essais visant à déceler la présence de résidus. J'ai cru comprendre que ces essais sont faits au Japon. Serait-il compliqué de les faire ici? Ensuite, si nous faisons les analyses, mettons, dans un laboratoire canadien, à votre avis, est-ce que le Japon reconnaîtrait les résultats?

M. Raymond Loo: Nos essais relatifs aux OGM sont faits aux États-Unis. Les Américains ont des laboratoires reconnus par le Japon. Nous envoyons nos échantillons en Alabama, je crois, ou quelque part dans ce coin.

Pour les autres essais, cela dépend. À mon avis, les autorités japonaises demanderaient une description des procédés utilisés pour s'assurer qu'ils sont identiques aux leurs.

C'est encore la même chose dans le cas de l'analyse des protéines. Nos tests donnent presque toujours des résultats de 2 p. 100 supérieurs à ceux du système utilisé au Japon. Maintenant que nous le savons, nous pouvons toujours dire que si nous avons des résultats de 44 p. 100, les Japonais nous diront que c'est en fait 42 p. 100.

Tant que les essais sont conformes à une norme et que les autorités japonaises sont renseignées sur l'ensemble du système, je crois que nous pourrions nous en occuper.

Il semble que le Canada fait beaucoup moins d'essais sur les résidus de pesticides que ce n'est le cas au Japon. Je me suis beaucoup renseigné. Les gens disent qu'il n'y a pas une demande suffisante et que, dans ces conditions, personne ne se soucie d'organiser ces essais.

Je ne sais pas. J'ai l'impression que si nous développons notre marché au Japon, la demande augmentera en conséquence.

• (1240)

L'hon. Wayne Easter: Je vous remercie.

J'ai appris de première main ce qui s'est passé à l'ambassade et au pavillon canadien de l'exposition commerciale. Je dirai à mes collègues membres du comité que le personnel de l'ambassade fait du bon travail. Toutefois, si vous allez au pavillon canadien en compagnie d'acheteurs japonais, si vous vous trouvez dans un espace inoccupé sous le drapeau du Canada... Vous avez eu votre propre kiosque pendant quatre années de suite. Si vous emmenez vos acheteurs à une table libre et qu'on vous mette dehors, ce n'est évidemment pas très bon pour les affaires.

Tout ce que je dis, Gerald, c'est qu'un peu de bon sens ne nuit jamais. Par ailleurs, il est vrai que le personnel de l'ambassade fait du bon travail. C'est tout ce que je dis.

Pour revenir à l'automobile, Mark, vous avez dit que le Japon a tout un tas de ce que vous avez appelé des « politiques publiques délibérées » conçues pour entraver l'exportation de véhicules au Japon.

Y a-t-il quelque chose que nous puissions faire? Si le Canada signait un accord commercial ou un accord de partenariat économique avec le Japon, il n'y aurait pas d'énormes avantages pour l'industrie automobile canadienne dans les conditions actuelles, mais ne pourrions-nous pas faire quelque chose, à votre avis, pour remédier à cette situation?

Que faudrait-il faire figurer dans un accord avec les Japonais pour contourner ces politiques publiques délibérées dont ils se servent pour entraver notre accès à leur marché?

M. Mark Nantais: Ces politiques comportent une vaste gamme d'instruments. Il ne s'agit pas seulement de normes automobiles. Il y a aussi des lois de zonage et des choses du même genre qui empêchent les constructeurs étrangers d'établir facilement un réseau de concessionnaires et des réseaux de distribution de pièces. Nous avons une situation au Japon dans laquelle les autorités ne veulent même pas reconnaître qu'il y a un problème. En fait, elles nient que leurs politiques provoquent vraiment des distorsions sur le marché de l'automobile. Cela en soi porte à croire que le Canada aurait beaucoup de difficultés à faire accepter des changements.

Or nous avons besoin d'un changement majeur dans un court laps de temps. Nous avons également besoin d'avoir suffisamment de volonté politique pour nous assurer que le changement est vraiment réalisé. Voilà le problème aussi bien au Japon qu'en Corée ou même dans l'Union européenne. Par exemple, les normes et le régime de certification de l'UE sont moins stricts que les nôtres. Il faut tout d'abord que les autorités reconnaissent l'existence d'un problème. Ensuite, elles doivent réaliser d'importants changements dans une courte période afin de démontrer qu'elles sont vraiment prêtes à ouvrir leur marché. C'est le plus grand défi que je vois dans ces discussions.

Tout le long des années 1980 et 1990, les États-Unis ont essayé à quatre reprises, en signant des accords avec le Japon, de modifier cet environnement réglementaire qui a tendance à créer des distorsions sur le marché de l'automobile. Les accords ont été conclus, mais rien ne s'est vraiment passé. Nous avons de longs antécédents d'inaction sur ce plan. Par conséquent, monsieur Easter, je ne suis pas sûr d'avoir une recommandation à vous présenter.

Le président: Je vous remercie.

Monsieur Cannan, la parole est à vous.

M. Ron Cannan (Kelowna—Lake Country, PCC): Merci, monsieur le président. Je remercie également nos témoins. Je partagerai mon temps de parole avec M. Hiebert.

Monsieur Loo, je voudrais vous féliciter pour votre patience et votre persévérance. Beaucoup d'autres, à votre place, auraient renoncé. Vous avez l'esprit d'entreprise, et vous êtes un vrai lutteur. Avez-vous pu collaborer avec d'autres membres d'associations pour renforcer votre mouvement tandis que vous continuez à développer vos liens avec le Japon?

M. Raymond Loo: Nous avons une dizaine d'agriculteurs qui cultivent du cassis; 11 ou 12 autres font pousser du canola. Il y a aussi six agriculteurs qui produisent du sarrasin et deux autres, du soja. Il y a donc un grand groupe d'agriculteurs différents qui travaillent.

Nous avons en outre quelqu'un au ministère provincial de l'Agriculture qui garde le contact avec les différents agriculteurs pour faciliter les communications avec le Japon. J'ai aussi un partenaire au Japon qui envoie constamment des messages et passe des coups de téléphone. Nous n'avons pas formé une coopérative officielle. Nous coopérons ensemble sans avoir le titre de coopérative. Chacun des agriculteurs nous vend une partie de sa récolte.

M. Ron Cannan: Je crois qu'il est important de faire connaître les difficultés que vous avez rencontrées pour que d'autres puissent les éviter. Cela s'applique aussi bien dans l'Île-du-Prince-Édouard qu'ailleurs au Canada. Si j'ai bien compris, vous concentrez vos efforts sur l'île.

• (1245)

M. Raymond Loo: Nous sommes pour la plupart dans l'île. Je ne m'attendais pas à ce qu'un grand groupe d'agriculteurs me demandent de vendre leurs produits. J'espérais qu'ils viendraient me voir pour apprendre à faire les choses eux-mêmes. Finalement, les gens m'appelaient et me demandaient si je pouvais vendre une partie de leur récolte. C'est difficile, mais c'est aussi un défi intéressant. Je pense néanmoins que beaucoup de gens pourraient faire eux-mêmes une bonne partie de leur commercialisation.

M. Ron Cannan: Je vous félicite encore de votre esprit d'entreprise. Vous donnez une bonne réputation au Canada dans le monde, et surtout au Japon.

En ce qui concerne l'industrie automobile, je suis bien d'accord que, si nous devons signer un accord de partenariat économique ou un accord commercial, nous devons assurer des possibilités de croissance à tous les secteurs. M. Fast a dit très clairement qu'il ne signerait aucun accord commercial qui ne soit pas dans l'intérêt de tous les Canadiens. Nous voulons nous assurer que les règles du jeu seront équitables. Si l'accord conclu éliminait le coût du processus d'approbation et témoignait d'un véritable engagement à ouvrir le marché japonais, est-ce que votre association se laisserait persuader d'y participer? Que penseriez-vous de conditions de ce genre?

M. Mark Nantais: Nous sommes certainement disposés à discuter. C'est la raison pour laquelle nous avons eu régulièrement des entretiens très constructifs avec l'équipe de négociateurs qui a participé aux consultations en cours. Nous devons tout d'abord commencer par nous débarrasser des barrières non tarifaires. Nous devons nous rappeler aussi cependant que certaines politiques sont en place — dont certaines s'appliquent aux véhicules locaux — pour favoriser la vente des toutes petites voitures. Ces véhicules bénéficient d'un traitement préférentiel sur le plan fiscal. Leurs propriétaires obtiennent des permis de stationnements spéciaux. Par conséquent, même sur le plan intérieur, il y a des politiques qui créent des distorsions dans ce segment particulier du marché. Toutes ces choses entravent l'entrée sur ce marché.

De toute évidence, nous devons parler des moyens de nous débarrasser des barrières non tarifaires, de certaines politiques intérieures japonaises qui créent des distorsions ainsi que des autres politiques qui empêchent le développement de réseaux de concessionnaires, de réseaux d'approvisionnement en pièces, etc.

Il y a donc un certain nombre de choses à faire. Il faut en même temps tenir compte de l'expérience antérieure. Les quatre fois où les États-Unis ont tenté de remédier à ce problème, la réponse initiale a été positive, mais, peu de temps après, le Japon mettait en place d'autres barrières non tarifaires ou d'autres politiques contraires. Dans certains cas, la situation était meilleure avant la signature des ententes qu'après leur conclusion.

Les antécédents des Japonais créent un vrai problème. Par rapport aux pays de l'OCDE, c'est vraiment le fond du panier puisque les constructeurs étrangers n'ont jamais réussi à aller au-delà de 4 p. 100 du marché intérieur.

M. Ron Cannan: Vos arguments sont raisonnables. Au sujet des permis de stationnement, les administrations locales accordent des avantages de ce genre indépendamment du pays d'origine des véhicules en cause. À Kelowna, par exemple, les voitures Smart bénéficient du stationnement gratuit. Bref, ces avantages ne tiennent pas compte du pays où les véhicules ont été construits.

Je vous remercie.

Je vais maintenant céder la parole à M. Hiebert.

Le président: Monsieur Hiebert, il ne vous reste que deux petites minutes.

M. Russ Hiebert (Surrey-Sud—White Rock—Cloverdale, PCC): Mes questions étaient semblables à celle de M. Cannan.

Je suis surpris de constater, en regardant ce graphique, que le Japon a réussi pendant aussi longtemps à neutraliser la concurrence, alors que ses constructeurs ont si bien réussi à pénétrer les marchés étrangers partout dans le monde.

Le Japon a-t-il conclu des accords de libre-échange qui réduisent sa capacité de fermer la porte à la concurrence?

M. Mark Nantais: Pas à ma connaissance.

M. Russ Hiebert: Cet accord avec le Canada serait donc le premier?

M. Mark Nantais: Je ne le sais pas. Je ne peux pas vous dire si c'est le premier. Je dis simplement qu'à ma connaissance, il n'y en a pas d'autres.

M. Russ Hiebert: Croyez-vous que les Japonais se laisseront persuader d'ouvrir leur marché intérieur aux constructeurs canadiens en contrepartie d'un accord de libre-échange?

M. Mark Nantais: J'ai l'impression qu'ils croient eux-mêmes que leur marché est ouvert parce qu'ils n'imposent aucun droit de douane. Voilà où réside le problème. C'est ce qu'ils croient, même si aucun constructeur automobile d'un pays de l'OCDE n'a réussi à pénétrer leur marché. Je dois m'interroger moi-même à ce sujet.

Ils ont été très adroits. Ils ont commencé après la Seconde Guerre mondiale au moment où, évidemment, aucun investissement américain n'était permis dans le pays. Plus tard, lorsqu'ils ont développé leur industrie automobile, de plus en plus de politiques ont été adoptées dans le but de protéger le marché intérieur. Il était donc d'autant plus difficile d'accéder à ce marché. Malgré tous leurs efforts, les États-Unis n'ont pas réussi à le pénétrer.

Je crois que nous devrions avoir de très sérieuses discussions ici au sujet d'un éventuel engagement japonais à éliminer tous les obstacles. Jusqu'ici, les tentatives faites dans le passé n'ont pas réussi. Il serait donc très intéressant de voir comment ils réussiraient à prouver leur bonne foi à cet égard.

• (1250)

Le président: Très bien. Merci beaucoup.

Je voudrais vous remercier sincèrement, monsieur Loo et monsieur Nantais, de votre présence au comité aujourd'hui.

Nous allons suspendre la séance pendant une petite minute avant de la reprendre à huis clos pour discuter des travaux du comité. Nous allons donc suspendre et reprendre aussitôt après.

[La séance se poursuit à huis clos.]

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5*

*If undelivered, return COVER ONLY to:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5*

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

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

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>