



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 050 • 1^{re} SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 16 octobre 2012

Président

L'honorable Rob Merrifield

Comité permanent du commerce international

Le mardi 16 octobre 2012

• (1535)

[Traduction]

Le président (L'hon. Rob Merrifield (Yellowhead, PCC)): La séance est ouverte.

Les députés sont là, il y a un témoin et l'horloge indique 15 h 30.

La séance sera un peu écourtée. Je crois que la sonnerie va retentir vers 17 h 15, durant la deuxième heure. Nous suspendrons alors les questions avant de tenir une brève séance à huis clos. Je crois que M. Easter va présenter une motion à ce moment-là.

Nous allons nous mettre au travail avec les témoins de la première heure.

Nous accueillons M. Ray Price, président, Conseil des viandes du Canada; M. Barry Sutton, vice-président, Ventes internationales, Aliments Maple Leafs.

Merci de votre présence. Nous avons très hâte d'entendre vos exposés et vos témoignages. Nous examinons l'accord de partenariat économique avec le Japon.

Monsieur Easter, soyez très bref.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Oui, je sais que nous avons peu de temps, mais je vais présenter ma motion pour que des représentants du gouvernement nous informent en ce qui a trait à l'accord Canada-Chine sur la promotion et la protection des investissements. Avez-vous dit que la séance se tiendrait à huis clos?

Le président: Écoutez-moi bien, nous n'allons pas en rediscuter. Voulez-vous soumettre votre motion maintenant? Finissons-en.

L'hon. Wayne Easter: D'accord.

Le président: Avez-vous terminé?

L'hon. Wayne Easter: J'imagine que je n'ai pas besoin de lire ma motion.

Au fond, pour économiser du temps, monsieur le président, je crois que nous avons besoin d'information. Nous parlons beaucoup de l'accord Canada-Chine sur la promotion et la protection des investissements étrangers. Il faut entendre les représentants du gouvernement. Les Canadiens doivent savoir ce que l'accord signifie. Nous devons le savoir aussi.

Au lieu de lire ma motion, je propose que les représentants du gouvernement nous informent.

Le président: On veut intervenir brièvement.

Monsieur Davies, allez-y.

M. Don Davies (Vancouver Kingsway, NPD): Monsieur le président, je soutiens la motion de M. Easter.

Comme vous le savez, l'opposition officielle, le Nouveau Parti démocratique, a présenté une motion il y a deux semaines pour étudier l'APIE. Mon bureau reçoit des centaines de courriels de Canadiens partout au pays préoccupés par cet accord d'investisse-

ment très important, qui a demandé des années de négociation et qui pourrait être adopté par le gouvernement sans faire l'objet de discussions.

C'est essentiel d'organiser une séance d'information. Je réitère ma demande auprès du gouvernement pour que nous puissions entendre les intervenants, les représentants d'entreprises, les gouvernements et les investisseurs de partout au pays.

C'est une bonne motion, mais elle ne permet que d'ouvrir la voie pour répondre aux questions très importantes auxquelles les Canadiens nous demandent de répondre.

Le président: Tous ceux qui sont pour?

M. Don Davies: Pouvons-nous faire...

Le président: Non. La décision sera unanime, sauf si vous vous opposez.

(La motion est adoptée.)

Le président: La motion est adoptée à l'unanimité.

Monsieur Sutton, la parole est à vous.

M. Barry Sutton (vice-président, Ventes internationales, Aliments Maple Leaf inc.): Merci, monsieur le président.

Comme vous l'avez mentionné, je représente les Aliments Maple Leaf. Je suis aussi directeur de Canada Porc International.

Les Aliments Maple Leaf appuient sans réserve et encouragent fortement les efforts continus du gouvernement du Canada pour accroître l'accès aux marchés de l'industrie capitale qu'est le porc canadien. Nous saluons cet accord de partenariat économique avec le Japon pour consolider notre accès au marché très prisé qu'est le Japon.

Le marché japonais est extrêmement important pour l'industrie du porc canadien, qui y a vendu 220 000 tonnes de produits totalisant 893 millions de dollars en 2011. Ces chiffres représentent 20 p. 100 de toutes les exportations canadiennes de porc et 28 p. 100 des revenus. Le Japon constitue le deuxième marché d'exportation du porc canadien, après les États-Unis. Ce projet d'accord, qui va renforcer les relations Canada-Japon et régler certaines questions sur le plan commercial, est de bon augure et pourrait donner un avantage concurrentiel sur le marché japonais aux Aliments Maple Leaf et à l'industrie du porc canadien. Cet accord est très important pour les gens comme Ray et moi.

Les Aliments Maple Leaf ont une longue histoire sur le marché japonais. Nous avons des bureaux à Tokyo depuis 1980. En 2011, les Aliments Maple Leaf ont exporté 77 000 tonnes de produits agroalimentaires pour un total de 310 millions de dollars. Mon entreprise exporte 30 p. 100 des produits du porc canadien au Japon et détient 9 p. 100 de toutes les importations sur le marché japonais. Nous avons une usine consacrée au porc à Lethbridge, en Alberta, et notre usine phare de Brandon, au Manitoba, se fonde pour la première fois sur le porc réfrigéré, qui est très prisé au Japon.

Je répète que le Japon est extrêmement important pour l'industrie canadienne. Le Canada exporte environ 65 p. 100 du porc qu'il produit. Les marchés comme le Japon sont cruciaux pour nous.

Il est essentiel de maintenir l'accès à ce marché pour tous les intervenants de l'industrie, les producteurs de porc avec qui nous travaillons comme les employés d'abattoirs partout au pays. Le Japon constitue le marché le plus rentable pour les exportations de porc canadien. C'est pourquoi ce marché est très convoité par nos concurrents étrangers. Ces dernières années, le Chili et le Mexique ont conclu avec le Japon des accords de libre-échange qui leur donnent un accès préférentiel pour les produits du porc.

La semaine dernière, le 11 octobre, le comité du commerce international de l'UE a donné le feu vert à des négociations de libre échange entre l'UE et le Japon.

J'aimerais parler brièvement de notre expérience concernant les négociations avec la Corée.

En 2008, les négociations de libre-échange avec la Corée ont avorté, et les deux gouvernements ont arrêté de négocier. Durant ce temps, le Chili, l'UE et les États-Unis ont conclu des accords commerciaux avec la Corée. La Corée a maintenant des accords commerciaux avec trois de nos principaux concurrents dans l'industrie du porc. Je parle de la Corée, parce que le Canada ne peut pas répéter l'expérience avec le Japon. Un échec serait désastreux pour l'industrie.

Avant la mise en oeuvre de l'accord commercial entre les États-Unis et la Corée, le Canada était le deuxième fournisseur de produits du porc en Corée, qui était le quatrième marché d'exportation de l'industrie canadienne. Nous avons exporté 94 000 tonnes de produits du porc dans ce pays, pour un total de 234 millions de dollars.

Cette année, les exportations canadiennes de porc en Corée ont diminué de 30 p. 100. La deuxième phase de réduction des tarifs fera beaucoup baisser nos exportations en Corée en 2013.

Les Aliments Maple Leaf encouragent fortement le gouvernement du Canada à conclure dès que possible un accord avec la Corée pour éviter que les exportations canadiennes continuent à diminuer dans ce marché important.

Pour revenir au Japon, ce pays impose des tarifs élevés sur bien des produits agroalimentaires, dont le porc et le boeuf. Concernant le porc, le système de droit différentiel est très complexe et il limite la libre circulation des importations de porc. C'est avec plaisir que je répondrai aux questions durant la période prévue.

La protection qu'offre le Japon à son secteur de l'agriculture est souvent perçue comme un frein à de véritables négociations commerciales. Les Aliments Maple Leaf partagent cette préoccupation. Toutefois, la politique fondamentale du Japon en matière de partenariats économiques globaux adoptée en 2010 est encourageante.

● (1540)

En gros, cette politique énonce que le Japon va continuer de chercher activement à conclure des accords commerciaux bilatéraux dans les secteurs comme l'agriculture. Surtout, le Japon est prêt à régler les nombreuses questions relatives à l'agriculture et à réformer ce secteur.

Ces réformes nous paraissent essentielles pour garantir des mesures globales en matière de produits agroalimentaires dans l'accord de partenariat économique avec le Japon.

Merci beaucoup. Je suis impatient de répondre à vos questions.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Price, la parole est à vous.

M. Ray Price (président, Conseil des viandes du Canada): Bonjour, je m'appelle Ray Price, président de Sunterra Meats, et président cette année du Conseil des viandes du Canada.

C'est avec plaisir que je témoigne ici aujourd'hui sur le partenariat économique avec le Japon. Le Conseil des viandes du Canada est une association sectorielle nationale de longue date qui représente depuis 1919 les exploitants d'abattoirs et les transformateurs de boeuf, de porc, de cheval, d'agneau et de veau enregistrés au niveau fédéral. L'industrie canadienne de transformation, de conditionnement et d'équarrissage est le principal secteur de transformation alimentaire au Canada, avec près de 70 000 employés. Ses ventes brutes s'élèvent à plus de 24 milliards de dollars par année.

Permettez-moi de dire tout d'abord que le Conseil des viandes du Canada soutient fermement le commerce international libre et ouvert. Nous sommes favorables à ce que le gouvernement négocie un partenariat économique avec le Japon. Étant donné que le commerce représente 63,9 p. 100 de son économie, le Canada a déjà une des économies les plus ouvertes et les plus concurrentielles au monde.

Le Canada permet déjà l'importation libre et ouverte de porc, d'agneau et de cheval venant de tous les pays, sans imposer ni tarif ni restriction quantitative.

L'industrie canadienne du boeuf et du veau est favorable à l'ouverture du marché aux importations de boeuf japonais en échange de l'accès libre et ouvert au marché japonais.

Le commerce est très important pour notre industrie, car nous pouvons produire beaucoup plus de nourriture que n'en consomment les 34,9 millions de Canadiens. En 2011, nous avons exporté plus de 1,3 milliard de dollars de produits du boeuf et du veau et plus de 3,2 milliards de dollars de produits du porc dans plus de 150 pays partout dans le monde. De ces montants, 852 millions de dollars de produits du porc, 81 millions de dollars de produits du boeuf et du veau et 16 millions de dollars de produits du cheval ont été exportés au Japon.

Le Japon est la troisième économie au monde, après les États-Unis et la République populaire de Chine. Sa population bien nantie s'élève à près de 128 millions d'habitants. Les importations japonaises représenteraient 60 p. 100 des produits agroalimentaires consommés au pays chaque année.

Le Japon importe plus de 8 milliards de dollars de produits du porc et du boeuf, malgré ses tarifs très élevés et son système d'importation dissuasif. En 2010, 21 p. 100 des exportations canadiennes de viandes sont allées au Japon, soit 7,5 p. 100 des exportations canadiennes de produits alimentaires transformés. Il va sans dire que le Japon présente des occasions à saisir. Le partenariat économique avec le Japon constitue une occasion pour notre industrie de consolider et d'accroître ses exportations de produits de viandes réfrigérés et congelés dans ce pays.

Que devons-nous examiner pour augmenter l'accès au marché? Les obstacles non tarifaires peuvent nuire au commerce. En 2003, le Japon a interdit toute importation de boeuf, d'agneau et de bison canadiens à la suite de la découverte du premier cas d'ESB au Canada. En décembre 2005, il a levé partiellement l'interdiction et n'a permis que le bovin canadien de 20 mois et moins. Cette restriction s'applique toujours, même si le gouvernement du Canada a demandé en 2008 de permettre l'augmentation des importations.

Nous remercions le gouvernement du Canada de son soutien pour convaincre les autorités japonaises de réduire les restrictions fondées sur l'âge. L'ouverture du marché au boeuf canadien de moins de 30 mois serait une bonne première mesure, qui serait présentement examinée au Japon. Nous aimerions aussi voir la réouverture du marché à l'agneau et au bison, dont toutes les importations sont interdites depuis 2003 à cause de l'ESB.

L'accord de partenariat économique avec le Japon est bénéfique pour l'industrie canadienne de transformation de viande. Il devrait permettre de réduire les obstacles non tarifaires qui limitent toujours l'accès au marché.

Le Japon impose un tarif de 38,5 p. 100 sur le boeuf canadien. Nous croyons que, grâce à la réduction ou à la suppression des obstacles tarifaires, les exportations de boeuf au Japon pourraient facilement tripler et atteindre 250 ou 275 millions de dollars.

Contrairement au boeuf, le porc est visé au Japon par le système différentiel complexe du prix d'écluse. Ce système fixe un prix minimum de 524 yens par kilogramme de porc transformé, auquel s'ajoute un tarif de 4,3 p. 100. Le prix d'écluse s'élève à 6,55 \$ CAN par kilogramme selon le taux de change actuel, en plus d'un tarif de 28 ¢. Pour le dire plus simplement et pour comprendre les répercussions, un porc au Canada vaut environ 130 \$, mais il vaut 430 \$ au Japon. L'industrie japonaise profite d'une protection importante. C'est clair que le prix d'écluse a de grandes conséquences.

De plus, un système de protection s'applique aux importations qui dépassent un certain seuil sur une moyenne de trois ans. Ce système a aussi réduit la circulation des produits de viande.

L'accord de partenariat économique doit viser à réduire de beaucoup les tarifs liés au porc et à réformer les systèmes de prix d'écluse et de protection.

Pour donner une idée des retombées potentielles de l'accord concernant le boeuf et le porc, le Mexique a signé un accord de partenariat économique avec le Japon en 2005, même si son industrie n'est pas très concurrentielle par rapport à celle du Canada. Les exportations mexicaines de porc au Japon ont augmenté de plus de 60 p. 100 au cours des quatre années suivant la mise en oeuvre de l'accord. Les exportations mexicaines de boeuf ont aussi augmenté considérablement.

●(1545)

Avant l'accord de partenariat économique, le Mexique exportait très peu de boeuf au Japon. Maintenant, il en exporte plus dans ce pays que le Canada.

Même si les accords commerciaux sont complexes, un exemple simple peut montrer quelles sont les retombées. Si le tarif de 4,3 p. 100 sur le porc était éliminé pour le Canada, les revenus augmenteraient d'environ 12 \$ par tête. C'est beaucoup pour les transformateurs et les producteurs canadiens. Si le tarif de 7,7 p. 100 sur le boeuf était annulé, comme c'est le cas pour le Mexique, les revenus augmenteraient de plus de 70 \$ par tête.

C'est bien sûr très risqué de ne pas conclure d'accord, comme vient de le dire Barry en parlant de la Corée. Nous serions bien plus désavantagés que si nous pouvions conclure un accord.

En terminant, je rappelle que le Conseil des viandes du Canada appuie sans réserve la stratégie commerciale du gouvernement. Le partenariat économique avec le Japon constitue un volet important de cette stratégie. Au fond, le Canada est un concurrent de premier plan dans la production de viande et il a l'avantage d'être le pays nord-américain situé le plus près du Japon. C'est clair que l'accord de partenariat économique avec le Japon va renforcer le commerce de produits agricoles avec ce pays. Il va améliorer la viabilité des conditionneurs, des transformateurs et des producteurs de viande canadiens et diversifier les marchés.

Merci de l'occasion de témoigner devant vous. Je répondrai aux questions avec plaisir.

Le président: Merci beaucoup de votre exposé.

Nous allons maintenant passer aux questions et réponses. Je rappelle au comité que nous allons mettre fin aux questions un peu plus tôt pour que le deuxième groupe de témoin ait assez de temps, étant donné que la sonnerie va retentir à 17 h 15.

Monsieur Davies, la parole est à vous.

M. Don Davies: Merci, monsieur le président, et merci à MM. Price et Sutton pour leur présence.

L'opposition officielle — les néo-démocrates — souhaite également des négociations rapides et complètes. Nous sommes enthousiastes à la perspective d'un accord de partenariat économique avec le Japon. Nous trouvons que le Japon est de bien des façons un partenaire idéal pour le Canada. C'est une démocratie bien établie, aux normes très élevées. Il est systématiquement question des normes élevées dans les domaines de l'environnement, du travail et de l'hygiène, ainsi que sur le plan phytosanitaire. Je crois que nos économies sont complémentaires à bien des égards, et nous allons presser le gouvernement de travailler aussi vite que possible à conclure un accord global.

Vous avez mentionné les barrières non tarifaires. J'aimerais que chacun de vous nous fasse une brève description. Veuillez nous donner un ou deux exemples concrets de barrières non tarifaires que nous devons résoudre d'après vous pour aider nos entreprises.

M. Barry Sutton: Le Japon est relativement ouvert, en ce qui concerne les barrières non tarifaires. Je me préoccuperais davantage des barrières tarifaires. Tout le monde ici devrait être fier de l'industrie canadienne. Nous avons trouvé la façon d'évoluer au Japon, et nous le faisons bien. Je me préoccuperais réellement davantage de l'autre aspect.

M. Ray Price: Les principales barrières non tarifaires sont liées au veau, à l'agneau et au boeuf. En ce moment, l'obstacle, c'est le maximum de 20 mois, au lieu de 30 mois. Le Canada est ainsi exclu du marché japonais trois mois par année. Il faut fournir le marché japonais chaque semaine de l'année, sans quoi ils n'achètent pas notre produit. En effet, les barrières non tarifaires les plus importantes sont liées au boeuf, à l'agneau et au bison.

Donc, nous parlons principalement de boeuf, et c'est une partie importante de notre industrie, mais l'agneau et, maintenant, le bison qui est en croissance, font aussi partie du secteur, et on dirait qu'on les a exclus complètement.

• (1550)

M. Don Davies: Vous avez tous deux une vaste expérience du secteur alimentaire et de celui des viandes en particulier. Diriez-vous que le Japon a des exigences sanitaires et phytosanitaires très élevées?

M. Barry Sutton: Tout à fait. Pour réussir dans ce marché, il faut revenir à ce que vous faites, ici au Canada, et très bien comprendre les normes japonaises et les différences par rapport aux nôtres. Vous ne réussirez pas au Japon si vous ne pouvez pas répondre à ces normes et aux attentes du Japon.

M. Don Davies: Les attentes sont, entre autres, très élevées sur le plan de la salubrité des aliments?

M. Barry Sutton: Très élevées.

M. Don Davies: Vous avez déjà mentionné, je crois, la question de l'ESB et de l'effet énorme qu'elle a eu sur notre secteur de l'élevage bovin. En réalité, l'effet a dépassé notre secteur de l'élevage bovin. Il semble que les Japonais ont également inclus le bison et l'agneau. Je sais que Taïwan et d'autres pays d'Asie ont fait de même. Aujourd'hui, le Canada et les éleveurs de bovins de boucherie et autres n'ont toujours pas complètement accès à ces marchés à cause de l'ESB.

Je ne peux donc m'empêcher de soulever la situation qui nous préoccupe en ce moment au Canada — la question de l'écllosion d'E. coli. Diriez-vous que l'écllosion d'E. coli et les préoccupations relatives à l'innocuité du boeuf risquent, disons, de ne pas nous aider à obtenir un meilleur accès au marché japonais?

M. Ray Price: Je pense que rien de ce qui est à ce point médiatisé ne contribuera à redonner confiance. Je le répète: nous sommes probablement la plus petite entreprise à exporter au Japon, et Maple Leaf est sans doute la plus grosse. Nous avons 120 personnes à notre usine, et Maple Leaf en compte bien plus. Compte tenu de cela, vous obtiendrez une bonne idée du contexte.

À mon point de vue, les Japonais ont une façon très pragmatique de voir l'innocuité alimentaire, et ils comprennent les contrôles et systèmes. D'après mon expérience, s'il est une chose, c'est que les Japonais sont très impressionnés par nos systèmes, soit celui de l'Agence canadienne d'inspection des aliments et notre système interne.

M. Don Davies: Puis-je vous demander de me dire, rapidement, combien de cas d'ESB il y a eu au Canada, à l'époque?

M. Ray Price: À l'époque?

M. Don Davies: Oui. Combien de bêtes ont effectivement été atteintes par l'ESB?

M. Ray Price: Je pense qu'il y en a eu une, qu'ils ont bloquée. Bien entendu, le Japon a eu ses propres problèmes d'ESB, avant le Canada.

M. Don Davies: Oui. Mais nous avons eu 15 cas de personnes atteintes par la bactérie E. coli au Canada. Il est juste de dire que le problème de l'E. coli est plus étendu que celui de l'ESB. Cependant, à cause de l'ESB, nous n'avons toujours pas un accès complet au marché japonais parce qu'ils se préoccupent, avec raison, de l'innocuité du boeuf.

Je veux vous interroger au sujet des réductions à l'ACIA. D'après l'information que nous possédons, en mai dernier, le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire a annoncé que les dépenses prévues diminueraient d'environ 46 millions de dollars, et le personnel, de 314 équivalents temps plein, entre 2012 et 2014-2015. Dans le budget de 2012, selon l'aperçu des trois prochaines années, il y aura une réduction de 56 millions de dollars en ce qui concerne la salubrité des aliments. Ne pensez-vous pas, comme moi, que ce sera difficile à vendre aux Japonais, compte tenu de l'écllosion de la bactérie E. coli, de la réduction de l'inspection des aliments, du nombre d'inspecteurs et des montants destinés à l'inspection des aliments, alors que nous souhaitons accéder à un marché qui se préoccupe probablement plus que tout autre pays de la salubrité des aliments?

M. Ray Price: Je dirais que non.

M. Don Davies: Cela ne vous préoccupe pas?

M. Ray Price: Le Japon inspecte moins les viandes que le Canada, en ce moment, et il y aurait moins d'inspection des viandes, même si le système d'inspection changeait. En ce moment, en matière d'inspection des viandes, le Canada est un chef de file mondial et arrive devant le Japon concernant l'inspection gouvernementale des viandes.

M. Barry Sutton: J'ajouterai aussi que les Japonais auront tendance à voir nos normes canadiennes comme étant un plancher. Je crois qu'ils ont confiance en ce que nous faisons au Canada, comme Ray l'a dit. Ils ont tendance à se concentrer sur les entreprises. Ils vont consacrer beaucoup de temps à comprendre exactement ce que font leurs partenaires — leurs normes, leur façon de fonctionner et les protocoles qui sont appliqués dans leurs usines. Ils vont examiner cela à fond pour en venir à faire confiance à l'entreprise en question.

M. Don Davies: Monsieur Sutton, s'ils font confiance aux normes canadiennes, pourquoi donc interdisent-ils toujours les bêtes de plus de 20 mois.

M. Ray Price: Je peux répondre à cela, puisqu'il est question de boeuf, et non de porc. La raison, c'est que le système japonais est passé d'un maximum de 30 mois à un maximum de 20 mois. Les Américains sont aux prises avec cela, comme tous ceux qui ont été touchés par l'ESB, et les choses changent. C'est un très long processus. Au Japon, bien entendu, ils testent chaque bête, alors que nous ne pensons pas de la même manière même s'il conviendrait de le faire compte tenu de l'ESB.

• (1555)

M. Don Davies: Merci.

Le président: Monsieur Shipley, la parole est à vous.

M. Bev Shipley (Lambton—Kent—Middlesex, PCC): Merci d'être venus, messieurs Price et Sutton.

Je vais poursuivre dans la même veine. Je ne comprends pas bien pourquoi nous voulons ajouter un élément de peur lié à deux choses différentes. Je crois qu'une ou deux bêtes seulement ont été atteintes de l'ESB. Le contexte est tout à fait différent de celui de l'écllosion de la bactérie E. coli. Comme nous le savons, l'E. coli est partout. En fait, 15 personnes ont reçu un diagnostic positif après avoir consommé du boeuf provenant de l'entreprise XL Foods. Il faut souligner que ce sont deux situations totalement différentes.

Je suis content d'apprendre, monsieur Price, que vous avez pu éclaircir la question des normes de salubrité. Je veux simplement vérifier. Nous avez-vous indiqué que les normes canadiennes relatives aux aliments et aux viandes sont au moins égales et, même, supérieures à celles du Japon? Je pense que vous avez dit qu'il se concentrent là-dessus. C'est l'une des caractéristiques des Japonais.

Ils paient des primes dans bien des cas. Dans ce cas-ci, il est question d'une norme qu'ils respectent. Est-il exact de dire que nos normes comptent parmi les meilleures du monde?

M. Ray Price: Barry peut aussi le dire. Partout où je suis allé, c'est le cas.

Pour le marché japonais, il faut assurément que les normes garantissent l'innocuité des aliments. Je dirais que nos usines appliquent des normes supérieures à celles des usines du Japon, en moyenne, principalement parce que la distance qui nous sépare est de 15 à 20 jours. Nous devons être meilleurs. C'est un facteur important, en effet.

M. Barry Sutton: J'ajouterai que les Japonais soumettent régulièrement mon produit à des tests de dépistage de tout un éventail de coliformes. Ils utilisent une variété de tests portant sur la durée de conservation. Étant donné que nous faisons affaire avec eux depuis 20 ans, notre produit et notre système leur inspirent confiance.

M. Bev Shipley: Je pense que nous comprenons l'importance du marché japonais, non seulement en raison de sa population, mais aussi en raison de la valeur ajoutée, ou de la grande valeur du produit dont vous avez parlé. Pouvez-vous nous en dire davantage, en fonction des deux perspectives?

M. Ray Price: Bien sûr. Les Japonais sont très intéressés par la qualité. La salubrité des aliments en est un élément certain, mais c'est la qualité globale, et ils sont prêts à payer davantage. La production de notre petite entreprise est destinée à 70 p. 100 au marché japonais. Barry peut en parler, mais le produit d'une usine est destiné au Japon. C'est parce qu'ils veulent quelque chose de particulier et qu'ils sont prêts à en payer le prix, et c'est une proposition de très grande valeur.

Pour en revenir aux droits, aux tarifs et à leurs effets, reculez de quelques années, à l'époque où le Japon a ouvert sa frontière et abaissé le tarif sur le boeuf de 50 p. 100 à 38,5 p. 100, peu importe son origine. La consommation a alors grimpé d'environ 70 p. 100. Les viandes de qualité importées sont devenues abordables, et le marché s'est étendu. Cela explique dans une grande mesure pourquoi nous trouvons que c'est un élément très important de ce que nous faisons.

M. Barry Sutton: Je dirais aussi que le système de droits différentiels, qui établit un prix plancher du porc au Japon — d'environ 6,50 \$ le kilo — fera monter les prix. En réalité, cela fait augmenter nos marges, au Canada, et c'est un des facteurs.

Le marché japonais est de très loin notre meilleur marché dans le monde entier.

Cela étant dit, je travaille au Japon depuis la fin des années 1980, et je peux dire qu'au Japon, la valeur est très importante. Ils apprécient la qualité et sont prêts à payer pour l'obtenir. Les entreprises canadiennes qui réussissent au Japon se sont assurées de comprendre cette équation et s'arrangent pour leur donner ce qu'ils souhaitent.

Malgré le système des prix à l'importation de référence, je vends de nombreux produits de porc — source de protéines relativement moins coûteuse —, et j'en obtiens plus que le prix de référence parce que j'y ajoute de la valeur au Canada. Nous ne fournissons pas une simple longe de porc, mais une coupe très spécialisée répondant à des exigences très précises, et c'est pour cela que les Japonais sont prêts à payer.

• (1600)

M. Bev Shipley: Je suis de l'Ontario, et nombre d'éleveurs de porcs et de boeufs ont un peu de difficulté. Quand nous parlons de la valeur de cela, alors qu'il faut de l'autre côté être compétitifs, si vous désignez des lignes de productions ou des usines entières à des produits destinés au Japon, comment cela revient-il à l'éleveur et lui assure d'être compétitif par rapport à d'autres pays qui ont conclu des accords commerciaux?

M. Ray Price: D'après moi, si nous avons un meilleur marché et que, par exemple, nos droits passent de 4,3 p. 100 à zéro, cela représente de nouveaux revenus pour l'entreprise canadienne.

En général, les exploitants d'abattoirs et d'usines de transformation en prennent une partie, puis c'est l'éleveur qui profite du reste. C'est un secteur très concurrentiel, alors toute réduction de tarif se traduit par des revenus supplémentaires — par une valeur ajoutée pour le bétail. C'est ce qui se produit, et il en est toujours ainsi.

Si notre tarif diminue de 12 \$, alors que ce n'est pas le cas des États-Unis ou d'autres pays, ces 12 \$ seront répartis au sein du secteur de l'élevage.

M. Bev Shipley: Étant donné que c'est si important pour les deux secteurs agricoles que vous représentez, comment pensez-vous pouvoir intervenir dans les consultations et y contribuer?

M. Barry Sutton: Dans le cas de la Corée, j'ai ramassé la balle un peu tôt.

Je dois admettre que dès que je demande une rencontre et que nous avons l'occasion de nous exprimer — ce qui arrive souvent, par exemple à une occasion comme celle-ci —, c'est excellent. Je peux ainsi prendre les devants et m'assurer de présenter notre position, et vous pouvez ainsi comprendre notre point de vue. J'estime que vous faites de l'excellent travail sur ce plan.

M. Bev Shipley: Je veux veiller à ce que nous maintenions les canaux ouverts pour tous, vous y compris, de sorte que nous puissions tenir des discussions approfondies qui nous permettent d'explorer cet accord.

Merci.

Le président: Merci beaucoup.

M. Bev Shipley: Je pense que M. Price...

Le président: Allez-y.

M. Ray Price: Nous estimons, au Conseil des viandes du Canada, qu'il est impératif que nous participions à cela. Nous avons réduit nos grandes priorités de cette année à trois, alors que nous en avions 10, et le commerce en fait partie. C'est l'une des raisons pour lesquelles je suis ici. Nous consacrons plus de temps au commerce, parce que c'est essentiel à notre secteur.

Nous sommes heureux de l'occasion qui nous est donnée de nous adresser au comité et à quiconque nous écouterait parler de l'importance du commerce.

Le président: Nous aussi, nous estimons que le commerce est important. Nous y consacrons 100 p. 100 de notre temps.

Allez-y, monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter: Eh bien, pas tout à fait 100 p. 100.

Bienvenue à vous deux, messieurs. Nous sommes ravis de vous recevoir.

Vous avez tous les deux mentionné la Corée et exprimé des préoccupations sur les négociations. Je n'ai pas pu me retenir de regarder les membres du parti ministériel, quand vous souleviez ces préoccupations. Ils ont presque disparu dans leurs sièges, car nous avons très souvent soulevé ces préoccupations.

Je tiens à souligner encore une fois que nous risquons de perdre un marché d'un milliard de dollars, pour le boeuf et le porc. Je recommande que quelqu'un parle à Jim Flaherty. Je pense que c'est de là que vient l'opposition. C'est tout ce que je voulais souligner.

Pour commencer, Barry, en ce qui concerne principalement le porc, je suis allé à l'usine de Brandon et je dirais que s'il est une usine qui dépasse le niveau international, c'est bien cette usine-là. Ce sont des installations incroyables. Ça vaut la peine d'en faire le tour.

Il y a une chose dont je n'étais pas au courant, et c'est ce que vous avez mentionné à propos des coupes spéciales pour le Japon. Et cela s'applique peut-être aussi au boeuf. Dans le marché canadien, les coupes de boeuf sont des coupes haut de gamme, comme les rôtis, les biftecks d'aloyau, etc. Est-ce que les Japonais, comme les Chinois, utilisent toutes les parties de l'animal, ce qui en augmente la valeur sur le marché parce que c'est la bête entière qui est vendue, contrairement à nous, au Canada?

M. Barry Sutton: En ce qui concerne le porc, ils utilisent certaines des coupes que nous ne consommons pas normalement au Canada ou en Amérique du Nord, mais ils optent davantage pour les coupes haut de gamme. D'autres marchés, comme ceux de la Chine, de Taïwan et des Philippines, nous aideraient à équilibrer les choses.

Ce qui est important pour le secteur canadien — et je suis convaincu que c'est la même chose pour le boeuf —, c'est que l'accès à de nombreux marchés nous permet d'obtenir la meilleure valeur possible pour une bête canadienne, alors nous avons tendance à nous tourner vers les marchés qui nous donneront le meilleur rendement sur la bête entière. Le porc réfrigéré fait partie des coupes haut de gamme que nous préparons et qui ont une très grande valeur — une durée de conservation de 55 jours pour la viande consommée au Japon —, et c'est au Japon que cette viande est destinée puisque nous en obtenons le meilleur prix. D'autres parties comme les estomacs, les poumons et les rectums sont destinés au marché chinois ou au marché taïwanais.

• (1605)

L'hon. Wayne Easter: Merci.

En parlant d'exportations au Japon, ce pays est le principal débouché du canola de l'Île-du-Prince-Édouard, malgré la superficie relativement modeste de la culture. Les Japonais sont extrêmement

difficiles. Ils viennent inspecter les champs situés à proximité des cultures de canola non génétiquement modifié pour s'assurer qu'il n'y a pas de OGM, etc.

Cela touche la question de la salubrité des aliments. Je crois que les Japonais voient eux-mêmes à ce que les usines d'où sortent ces produits satisfont aux normes très rigoureuses qu'ils veulent qu'une nation exportatrice respecte. Est-ce exact?

M. Barry Sutton: Oui. Je dirais qu'ils tiennent à prévenir les problèmes plutôt qu'à y réagir. C'est pourquoi ils s'efforcent au préalable de s'assurer que leurs fournisseurs peuvent satisfaire à la norme avant la survenue d'un problème.

L'hon. Wayne Easter: Est-ce la même chose, Ray, pour le boeuf?

M. Ray Price: Je pense que oui. Le marché du boeuf canadien n'est pas aussi développé que celui du porc, mais je dirais que ces précautions sont très importantes. Cette espèce de lien avec chaque usine est très important.

L'hon. Wayne Easter: Revenons aux animaux de 20 mois, qui sont, je pense, à l'origine d'un problème. De source sûre, je sais que le gouvernement essaie de négocier la disparition de ce critère.

Pouvez-vous expliquer, en termes simples, pourquoi ces 20 mois compliquent-ils l'offre en fin d'année pour notre marché et expliquer l'importance, pour nous, de nous débarrasser de cet obstacle?

M. Ray Price: Je suis d'abord producteur. Je connais donc mieux les animaux, les bovins, que le produit, le boeuf. J'en sais un peu de ce côté-là. Bien sûr, je connais le Japon assez bien.

En général, nos veaux, au Canada, naissent au printemps. On les engraisse et on les envoie à l'abattage quand ils ont de 14 à 20 mois. Ce créneau répond au critère. Si les mêmes bovins nés au printemps ne peuvent pas satisfaire aux critères en 10 mois, s'ils sont nés en janvier, février ou mars, ils ont alors de 9 à 12 mois, ce qui est trop jeune, ou 21 à 24 mois, ce qui est trop vieux pour le marché japonais. Il y a donc une interruption dans la disponibilité de bovins. Je ne parviens pas à me rappeler les chiffres, mais moins de 10 p. 100 des bovins disponibles à cette période de l'année satisferaient aux critères japonais.

L'hon. Wayne Easter: Cela se répercute sur notre capacité d'alimenter une chaîne d'épicerie 12 mois sur 12, et c'est là le problème. Le facteur décisif n'est pas tant l'absence de débouché sur le marché japonais que l'apparence de ne pas présenter la même qualité ou disponibilité toute l'année.

M. Ray Price: C'est exact. À ce que nous sachions, et je pense que les autres qui sont là-bas l'ont aussi constaté, sur le marché japonais, les affaires se fondent sur les relations établies. Quand une affaire est conclue, c'est pour 12 mois ou plus, et les Japonais restent fidèles à leur engagement plus longtemps que les acteurs des autres marchés uniquement axés sur les aubaines du moment. Au Japon, ce qui compte, c'est les relations.

L'hon. Wayne Easter: L'autre sujet de préoccupation — et je ne suis pas certain si, monsieur le président, on fera quelque chose à ce sujet dans l'accord de libre-échange — ce sont les droits de sauvegarde imposés sur les produits. Pouvez-vous expliquer pourquoi cela nous cause des problèmes?

Je pense que mon temps sera bientôt écoulé, mais, changement de sujet, le comité ira au Japon. Avez-vous des conseils à nous donner sur ce que nous devons examiner sérieusement ou les points que nous devons aborder avec les Japonais dans nos discussions?

Ce sont ces deux points, les droits de sauvegarde et les éventuels conseils que vous pourriez nous donner.

M. Ray Price: Nous serons heureux de vous accompagner et de vous servir de guide; ce serait formidable.

L'hon. Wayne Easter: Nous aimerions bien ne pas payer les frais de déplacement.

M. Ray Price: Chacun doit payer sa part.

Les droits de sauvegarde sont une cause de complication chaque fois que la dynamique du marché change. C'est un mécanisme de rétablissement qui pousse le tarif vers le haut dans une proportion de 15 à 20 p. 100, dès qu'on dépasse un certain volume. C'est un système très complexe, mais, en réalité, il intervient pendant un trimestre. Il fermerait presque la porte aux importations pendant cette période. Il perturbe le commerce intérieur. Les commerçants et les consommateurs japonais ne le portent pas dans leur coeur, parce qu'il arrête tout, brusquement. Bien sûr, les fournisseurs du produit ne l'apprécient pas non plus, à cause de son effet perturbateur.

Au cours de la dernière décennie, à peu près, il est intervenu à quelques reprises. Le volume des échanges s'est élevé à un niveau qui n'a pas déclenché le mécanisme, mais ça ne manquerait pas de se produire en cas de forte hausse des exportations au Japon.

Je crois que, dans le passé, le gouvernement japonais en a suspendu l'application quand il prévoyait que son effet serait trop perturbateur. J'espère que, à ce sujet, on discutera de la possibilité de ne pas l'appliquer à l'accord. Si vous voulez aborder ce sujet, tout le monde est d'accord. Interrompons simplement l'application de ce mécanisme.

•(1610)

M. Barry Sutton: Si vous permettez, je dirais qu'on le manipule beaucoup. Il se déclenche quand la moyenne trimestrielle dépasse la moyenne trisannuelle antérieure pour le même trimestre. Si les exportations représentent au moins 119 p. 100 de celles qui précédaient, le mécanisme se déclenchera et il fera passer le prix d'écluse du porc de 524 à 653 yens. Cette augmentation entravera les exportations.

Les importateurs japonais reconnaissent rapidement la situation et ils appliquent des mesures de temporisation. Ils garnissent leurs entrepôts — le gouvernement japonais subventionne l'entreposage —, puis, soudain, tout de suite après la fin de l'application du mécanisme, le marché sera inondé de porcs.

Nos négociateurs ont approché l'industrie canadienne du porc et ils ont demandé à ses représentants des conseils sur des questions telles que le système d'écluse et la conduite à tenir à son égard ainsi que le sort à réserver à la sauvegarde et son éventuelle solution de rechange. Nous préparons nos recommandations.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Holder.

M. Ed Holder (London-Ouest, PCC): Je remercie nos invités d'être ici.

Monsieur le président, j'ouvre une parenthèse avant d'y aller de mes observations. M. Price a cité beaucoup de statistiques. Dans mes notes, je suivais tant bien que mal, mais la crampe des écrivains m'a forcé à m'arrêter. Il serait utile — et je pense également à la traduction, à l'enregistrement, et ainsi de suite — que ces renseignements puissent être mis à notre disposition. Je me demande aussi, dans le souci de nous faire acquérir de meilleures habitudes, si nos futurs invités ne pourraient pas préparer ce genre de renseignements, évidemment sous forme bilingue, avec les ajouts

nécessaires. Ce serait utile de compter sur ces renseignements très précieux.

Le président: Monsieur Price, si vous pouvez nous les communiquer, nous les ferons circuler.

M. Ray Price: Bien sûr.

M. Ed Holder: Merci.

Monsieur Sutton, j'apprécie vos observations. Ce n'est pas la première fois que nous entendons parler de l'importance du Japon comme marché d'exportation pour les produits canadiens et, bien sûr, pour le porc, comme vous l'avez dit.

J'ai quelques questions, et la première s'adresse peut-être à vous deux.

Je suis sûr que les normes que vous présentez, quand vous exportez vos produits, doivent être homogènes dans tous les pays où vous exportez, au Japon notamment, mais qu'elles seraient toujours rigoureuses pour la qualité du produit. J'essaie de comprendre ce qui fait du Japon un marché financier qui a plus de valeur, qui est plus fort, meilleur. J'ai entendu quand on a dit qu'un porc canadien qui vaut 130 \$ ici en vaut 430 \$ au Japon. Pouvez-vous m'aider à comprendre? Mathématiquement, c'est assez évident, mais pourquoi le Japon est-il un meilleur marché que tous les autres pays, quand les normes sont les mêmes?

M. Barry Sutton: Quand on parle de la norme, il faut distinguer le cahier des charges des normes sanitaires et phytosanitaires, qui constituent un plancher. Quand il exporte à l'étranger, le Canada se plie à des normes mondiales très rigoureuses, et cela vaut pour tous les pays quand il s'agit de la salubrité des aliments. Les Japonais sont différents des autres marchés. Ils ont des cahiers des charges très rigoureux. Ils exigent pour le produit une forme et une taille très peu variables. Leurs normes de contrôle des portions seraient parmi les plus rigoureuses dans le monde. Elles seraient les plus rigoureuses en ce qui concerne la régularité du produit. Ces exigences découlent d'une foule de raisons. Cela s'inscrit dans le mode de fonctionnement de leurs entreprises de vente au détail, de leurs usines. Ils comprennent ce que coûte la main-d'oeuvre. S'ils peuvent supprimer ce coût au Japon, en demandant la transformation du produit dans le pays d'origine par les fournisseurs de produits haut de gamme, ils sont prêts à payer plus cher.

M. Ed Holder: Monsieur Price, vous avez dit que l'agneau et le bison étaient en train de devenir, pour nous, des marchés d'exportations importants ou en croissance. Je vous dirai que, bien franchement, je n'avais pas prévu cela pour le bison. Pouvez-vous nous en dire davantage sur la taille de cette industrie et ses possibilités d'exportation au Japon?

•(1615)

M. Ray Price: Je peux vous donner des renseignements généraux. Je ne possède pas de données détaillées. Nous pouvons cependant fournir de meilleurs renseignements. Au Canada, le bison est en croissance, grâce à la demande de viande plus maigre, ce que l'animal offre. Sa chair diffère de la nourriture ordinaire des Japonais. La demande est croissante.

Sur les 130 millions de Japonais, beaucoup sont riches et sont prêts à essayer différents produits. Quand la frontière a été fermée, le bison était l'un des produits qu'ils commençaient tout juste à essayer. Ce ne sera pas un marché qui se chiffre dans les milliards de dollars, mais ce pourrait être dans les dizaines de millions. Ce pourrait donc être un marché attrayant pour un groupe de producteurs et de transformateurs. Notre petite usine ne produit pas beaucoup. C'est un marché créneau, bien sûr.

M. Ed Holder: Très bien.

C'est intéressant, parce que l'un de nos collègues, de l'autre côté, a parlé d'*E. coli* et de la maladie de la vache folle. Je sais que ces questions sont incontournables, mais j'espère bien que les Japonais n'exagéreront pas. En vous écoutant, j'ai bien compris que notre système d'inspection des viandes répond à des normes plus rigoureuses que le système japonais. Je pense que vous avez dit qu'il servait de point de comparaison. Je trouve que ces autres observations, particulièrement dans ce contexte, n'aident pas beaucoup.

Quand le Canada a eu le problème de la vache folle, il ne s'en est pas caché. Ce n'est pas ce que nous faisons, contrairement à d'autres pays, à ce qu'il paraît. Ce n'est franchement pas comme ça au Canada. Si la flambée d'*E. coli* a révélé quelque chose, c'est bien que le Canada ne se défile pas et s'occupe de ses problèmes. Il faut rendre justice à notre système d'inspection et aux déclarations qui doivent être faites. Au bout du compte, cela permet de faire les choses de la bonne manière. Je ne crois pas que la solution consiste à masquer nos problèmes. Bravo au Canada, qui a bien agi.

Pouvez-vous m'aider à comprendre? Monsieur Price, vous avez parlé de l'accès limité aux animaux de 20 mois par rapport à ceux de 30 mois. Avez-vous bien dit que le Canada n'était pas le seul visé? Autrement dit, actuellement, est-ce que tous les pays y sont assujettis, au Japon?

M. Ray Price: Les pays qui présentent un risque minime: les États-Unis, le Canada et l'Europe.

M. Ed Holder: Est-ce que cela a changé à l'occasion de l'accord de libre-échange dont vous avez parlé, avec le Chili et le Mexique?

M. Ray Price: Le Chili et le Mexique, c'était pour la Corée, n'est-ce pas?

M. Ed Holder: Veuillez m'excuser. Je pensais que le Chili et le Mexique étaient...

M. Ray Price: Le Mexique avait un accord de partenariat économique avec le Japon, mais il n'est assujéti à aucune limite parce qu'il n'a jamais eu de cas de cette maladie.

M. Ed Holder: Je vois.

M. Ray Price: Seulement les régions où il y a eu la maladie de la vache folle ou un risque minime...

M. Ed Holder: D'après vous, est-ce qu'il existe un délai? Combien d'années doivent s'écouler? Faut-il élire un nouveau pape? Quand, d'après vous, les Japonais finiront-ils par comprendre, en raison de la diligence raisonnable de nos systèmes d'inspection? J'aimerais savoir ce que vous pensez, tous les deux, de la souplesse de ce mécanisme.

M. Ray Price: Ce matin, nous avons eu une séance d'information avec des fonctionnaires, pour faire le point sur les 30 mois par rapport aux 20, et nous pensons tous que d'ici 3 à 6 mois, cette limite sera supprimée. Les États-Unis et le Canada ont beaucoup fait pour parvenir à ce résultat. Nous avons bon espoir que cela arrivera bientôt.

M. Ed Holder: Merci.

Est-ce que je pourrais connaître l'opinion de M. Sutton à ce sujet?

Le président: Oui, mais très rapidement.

M. Barry Sutton: Je ne peux vraiment pas en dire davantage, sinon que, au Japon, il y a eu également des flambées de la maladie de la vache folle. C'est un prétexte dont il se sert, d'après moi, pour

limiter les échanges. C'est l'un de ces éléments que des négociations très serrées feront disparaître.

M. Ed Holder: Merci à vous deux.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Sandhu, vous disposez de cinq minutes.

M. Jasbir Sandhu (Surrey-Nord, NPD): Merci, messieurs, d'être venus.

Je tiens également à signaler qu'on nous répète sans cesse que le marché japonais est important pour l'industrie de la viande, celle du boeuf et du porc. Je vais joindre ma voix à celle de mes collègues pour dire que nous espérons que le gouvernement conservateur va rester vigilant, contrairement à ce qu'il a fait pendant nos négociations avec les Coréens. Je les incite à redoubler d'efforts pour que notre industrie des viandes ne soit pas victime d'un accord de libre-échange.

Monsieur Sutton, je reviens aux propos que vous avez tenus. J'ai écouté et j'ai lu un certain nombre de rapports. Votre réponse à la crise de listériose de 2008 a été très différente de celle que nous avons observée chez XL Foods. D'après de nombreux observateurs, particulièrement après la crise d'*E. coli* chez XL, vous avez très bien géré la vôtre. Ils comparent la gestion de crise des deux compagnies, Maple Leaf Foods et XL Foods. Essentiellement, le ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire a attendu deux semaines, après l'interdiction américaine, pour rappeler le boeuf contaminé, tandis que, dans votre cas, c'était un peu différent.

Seriez-vous d'accord pour dire que les écarts considérables dans les méthodes de gestion de l'incident, la vôtre et celle de XL, sont dommageables pour l'industrie des viandes?

•(1620)

M. Barry Sutton: Je ne peux pas vraiment parler pour XL Foods, mais je puis vous dire que, dans notre cas, notre compagnie prise particulièrement la transparence et le devoir accompli. Nous nous sommes assurés de nous attaquer directement au problème, sans essayer de le masquer. J'ai personnellement rencontré des clients japonais. J'ai dû m'avancer en première ligne pour expliquer le problème et sa genèse. Ils comprennent très bien les risques qu'affronte l'industrie alimentaire et ils croyaient fermement que le Canada en viendrait rapidement à bout. Encore une fois, ils ont concentré leur attention sur la compagnie. Ils nous ont visités...

M. Jasbir Sandhu: Comme j'ai peu de temps, je vais vous questionner différemment.

Est-ce que la débâcle de XL Foods touche également votre industrie? Vous en faites partie. N'est-ce pas que toute l'industrie des viandes en souffrira?

M. Barry Sutton: C'est possible, mais d'une façon peut-être inattendue. En fait, cela va donner un coup de pouce à l'industrie du porc. Les Japonais ont confiance dans le système canadien.

M. Jasbir Sandhu: Il y aura sûrement des conséquences dans l'industrie du boeuf.

M. Barry Sutton: Je pense que, pour un temps, oui, il y aura des conséquences sur les ventes de boeuf.

M. Jasbir Sandhu: Nous avons eu droit à deux crises distinctes, celle de la listériose et celle de l'*E. coli* à XL Foods. Les résultats ont été différents, notamment en raison de la manière dont la situation a été abordée.

Croyez-vous que le ministre et l'ACIA pourraient contribuer à assurer une réaction plus homogène dans le cas de crises semblables?

M. Barry Sutton: Je ne sais pas si Ray souhaite se prononcer à ce sujet. Il est extrêmement difficile de normaliser tout cela. Tous les problèmes liés à la salubrité des aliments ont leurs caractéristiques bien particulières. Il y a toujours le risque de s'appuyer au départ sur des renseignements erronés et d'intervenir dans la mauvaise direction. Il est donc tout à fait primordial que les entreprises touchées, le gouvernement et l'ACIA s'assurent de bien connaître les faits en cause avant de réagir.

M. Jasbir Sandhu: La réaction du ministre, du gouvernement conservateur et de l'ACIA m'apparaît très néfaste pour notre industrie, car la viande est demeurée sur les tablettes pendant quelques semaines après la détection de l'E. coli. C'est l'une des choses qui me préoccupent.

Je conviens que nous avons d'excellentes normes, mais je ne crois pas que nous devrions nous contenter de les appliquer. Nous devrions également chercher sans cesse des moyens d'améliorer la qualité de nos produits. C'est ce que le marché japonais attend de nous. On n'a pas hésité à interdire nos exportations vers ce pays lorsqu'il y avait des craintes concernant l'ESB en 2003.

Ne convenez-vous pas avec moi que l'ACIA ou le ministre pourrait jouer un rôle plus actif dans la réglementation à ce chapitre?

Le président: Vous n'avez plus de temps pour d'autres questions. Je vais permettre une brève réponse par l'un de nos témoins.

M. Ray Price: Je crois que chaque usine est responsable de la salubrité des aliments qu'elle produit et que personne n'est plus préoccupé par les questions de salubrité que les propriétaires et les gestionnaires des usines. Nous mettons tout en oeuvre en la matière. Nous dépensons des millions de dollars pour assurer l'innocuité des aliments.

Barry a parlé d'une durée de conservation à l'étalage de 55 jours pour le porc. C'est sans doute 15 jours de plus que ce que les gens croyaient envisageable il y a 10 ans à peine. J'estime que nous avons réalisé d'importants progrès à cet égard.

Le président: Très bien.

C'est à vous, monsieur Keddy.

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

Bienvenue à nos témoins.

J'aimerais également parler de l'ACIA, mais sous un angle un peu différent. Mes collègues de l'opposition ne semblent pas accepter le fait qu'un système puisse bien fonctionner. Lorsqu'un système fonctionne, il faut simplement s'en réjouir. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle on a pu enrayer cette éclosion d'E. coli. Il est malheureux que la viande contaminée ait pu sortir de l'usine, mais le système a non seulement permis de détecter la bactérie afin d'empêcher la poursuite des exportations, mais aussi de rappeler toute la viande déjà distribuée au Canada.

Il y a une chose que j'aimerais qu'on comprenne bien. La contamination n'a pas touché des centaines de milliers de pièces de boeuf. On n'a découvert que 10 ou 11 cas de consommateurs affectés par l'E. coli. Il va de soi que c'est un coup dur pour l'industrie, mais n'essayons pas de prétendre qu'il s'agit d'une crise plus grave qu'elle ne l'est en réalité.

Il est parfois bon de comparer les choses. Il y a quelques années, nous avons amorcé les négociations avec l'Union européenne. On nous a alors indiqué en termes très clairs que nous allions devoir nous conformer aux normes européennes. J'ai visité en Europe des abattoirs et d'énormes usines de transformation du poisson. Je peux

vous dire que leurs normes sont bonnes, mais qu'elles ne sont pas meilleures que les nôtres. En fait, elles sont moins élevées dans bien des cas.

Je crois qu'il est bon de rappeler que nos normes de salubrité alimentaire sont les meilleures au monde. Nous offrons d'excellents produits capables de rivaliser avec tout ce qui se fait ailleurs sur la planète. Si l'on fait entrave à cette capacité de production, c'est l'industrie qui en souffrira. C'est vous qui devrez en subir les conséquences. De fortes pressions sont exercées par les différentes entreprises. On veut que le gouvernement maintienne en place l'ACIA, et c'est exactement ce que nous avons fait. Nous avons déployé un plus grand nombre d'inspecteurs dans les usines.

Pour ce qui est des entreprises, je comprends bien, comme vous le disiez, monsieur Price, que nous avons ici les deux extrémités du spectre. En fin de compte, vous pouvez regarder vos acheteurs japonais dans les yeux et leur dire que notre industrie canadienne a connu un problème, qu'il a été circonscrit et que le système fonctionne comme il se doit.

● (1625)

M. Ray Price: Notre industrie nourrit quelque 34 millions de personnes par jour au Canada et sans doute autant à l'extérieur du pays. Dans ce contexte, nous nous efforçons de tout mettre en oeuvre pour assurer la salubrité de nos viandes sous tous les aspects. Si nous ne faisons pas tout en notre possible, aussi bien renoncer. Tout ce qui peut être fait pour améliorer les choses est un pas dans la bonne direction.

Je suis d'accord avec vous. J'ai visité des installations dans plusieurs pays du monde, et je suis persuadé que Barry en a fait tout autant. Je n'ai rien vu de mieux que ce qui se fait au Canada. Je crois que les mesures en ce sens sont importantes pour nous, car nous sommes un pays exportateur. Nous devons être les meilleurs pour pouvoir exporter nos produits où nous le voulons. C'est un impératif pour nous. Si nous étions simplement un marché de consommation, nos normes pourraient effectivement être moins élevées. C'est assurément un phénomène que l'on peut constater dans d'autres secteurs de notre économie où l'on importe des produits d'un peu partout sur la planète sans inspection ou autres mesures semblables — je ne parle bien sûr pas d'aliments — parce qu'ils sont moins coûteux et qu'on peut faire confiance aux producteurs. Pour notre part, c'est nous qui avons le fardeau de la preuve pour gagner la confiance de nos clients tant au pays qu'à l'étranger.

M. Barry Sutton: Je dirais que, dans un marché comme le Japon, votre réputation fait foi de tout. Au-delà de la protection offerte par l'ACIA, nous devons travailler très fort jour après jour pour bien comprendre les attentes des Japonais afin de pouvoir y répondre à leur satisfaction.

Je peux dormir sur mes deux oreilles, car je sais à quel point nous avons redoublé d'efforts au sein de mon entreprise pour mettre en place des normes encore plus rigoureuses que ce qu'exige l'ACIA. Une grande partie de ces efforts ont été déployés depuis 2008.

M. Gerald Keddy: Bien honnêtement, vous tirez un dividende de ces efforts. Vous avez pu établir des relations à long terme avec vos clients japonais. Vous savez qu'ils recherchent des produits de qualité. Vous savez qu'ils sont prêts à payer davantage pour ce faire, mais aussi qu'ils sont extrêmement pointilleux. Mais il y a là des possibilités certaines si l'on parvient à maintenir les relations à ce niveau non seulement à court terme, mais aussi plus loin dans l'avenir.

M. Barry Sutton: J'ajouterais que le Canada jouit d'une excellente réputation au Japon.

Le président: Merci beaucoup. Nous vous sommes reconnaissants pour votre présence et votre contribution à notre étude.

Nous allons maintenant interrompre nos travaux quelques instants, le temps que nos prochains témoins se joignent à nous. Ils représentent les industries du savon et du vin. Après toute cette viande, pourquoi ne pas se rafraîchir un brin...dans les deux sens du terme?

•(1630)

(Pause)

•(1630)

Le président: J'invite les membres du comité à reprendre leur place. Je veux vous présenter les témoins qui sont maintenant des nôtres.

De l'entreprise Soak Wash Inc., nous accueillons Jacqueline Sava, directrice des possibilités et fondatrice. J'aime bien ce titre. Elle est accompagnée de Chris Wilkinson, directeur des ventes et des opérations. Nous recevons également le représentant de Savia Wine Agency, Pablo Garrido.

Merci de votre présence. Nous avons bien hâte d'entendre ce que vous avez à nous dire. Madame Savia, vous avez la parole.

Mme Jacqueline Sava (directrice des possibilités et fondatrice, Soak Wash inc.): Nous allons vous présenter d'abord le point de vue d'une jeune entreprise qui a débuté ses exportations sur le marché japonais il y a quelques années à peine. Nous avons appris d'entrée de jeu que les normes que nous respectons et surpassons souvent ici au Canada et aux États-Unis ne sont pas à la hauteur de celles imposées par le marché japonais. Nous avons bénéficié des ressources d'information mises à la disposition des nouveaux exportateurs qui n'ont pas nécessairement un bureau à Tokyo depuis 1980, par exemple.

Je vais vous parler de quelques-uns des défis auxquels nous sommes confrontés. Nous tenons beaucoup à l'image de marque de notre entreprise, à la qualité de nos produits et à notre positionnement sur le marché. Notre distributeur japonais, avec lequel nous travaillons depuis trois ans, nous a appris au sujet de notre propre entreprise des choses que nous ne connaissions pas nous-mêmes. Nos principales difficultés sont liées aux exigences juridiques auxquelles nous nous heurtons lorsqu'on nous demande de répondre à certaines questions.

Comme vous le savez sans doute, nous fabriquons un détergent doux pour la lingerie et les tricots. Nous le vendons dans les magasins à rayon du Canada, des États-Unis, du Royaume-Uni et, dans une moindre mesure, d'Australie. Nous devons nous conformer sur ces marchés à des normes très différentes de celles imposées par les Japonais.

Je peux vous donner l'exemple de notre produit, Soak, que l'on annonce au Canada comme étant « facilement biodégradable ». Pour le marché japonais, il faut connaître le pourcentage de biodégradabilité, mais nos fournisseurs nord-américains de matières premières ne sont pas tenus de nous communiquer ces détails. Ils peuvent se contenter de dire que le produit est facilement biodégradable. Si je vous donne cet exemple, c'est que j'ai passé six mois à ne faire rien d'autre que d'essayer de découvrir ce pourcentage de biodégradabilité pour notre produit pour en arriver à un chiffre avec une dizaine de décimales par millilitre.

Les petites entreprises, comme celles qui commencent à faire de l'exportation, ont surtout besoin de ressources pour les aider à naviguer dans ces eaux nouvelles. Il y a assurément des problèmes de communication et de terminologie. Votre client arrive toujours avec un interprète, et vous ne pouvez pas avoir le vôtre. Il faut que

l'on puisse nous diriger vers les sources d'information pertinentes. Il y a d'autres exemples.

Ainsi, notre slogan « Des soins de la peau pour vos vêtements » est une simple formule de marketing. Une fois ce slogan traduit en japonais, notre savon s'est retrouvé avec tout un tas de produits devant être soumis à des tests pour vérifier leur innocuité pour la peau, alors même qu'on ne l'utilise pas directement sur la peau. On s'en sert pour laver les vêtements. Lorsqu'on a recours à des formules semblables à des fins de promotion en Amérique du Nord, il faudrait qu'elles puissent être traduites de manière à nous éviter six mois supplémentaires de tests et d'études.

Nous avons fait appel à plusieurs des nombreuses organisations auxquelles nous sommes affiliés, dont l'Organisation pour les femmes dans le commerce international, l'Association canadienne des importateurs et exportateurs, Exportation et Développement Canada, JETRO et le MAECI pour trouver des organisations japonaises locales. Toutefois, leur but principal était de faire entrer au Canada des produits japonais, plutôt que d'aider à l'exportation des produits canadiens. Nous bénéficions tout de même de nombreuses connexions fort utiles.

Il y avait sans doute lieu de s'inquiéter du manque de disponibilité des ressources en ce qui a trait aux gens qui conçoivent des produits ici, les emballent, les étiquettent et les vendent sur le marché japonais. Nous demandons à tous nos distributeurs de faire le nécessaire du point de vue de la réglementation. En plus d'apposer les étiquettes secondaires sur les produits, ils intègrent les droits de douane et les tarifs à leur structure de prix. Ainsi, nos distributeurs japonais créent leurs propres prix pour nos produits.

Nous avons certes eu différentes choses à régler, mais il nous était impossible de poser les questions voulues. Si je ne peux pas demander à mes manufacturiers quel est le pourcentage de biodégradabilité, et si eux-mêmes ne peuvent pas poser la question à leurs fournisseurs de matières premières, je dois alors me servir de tous les atouts à ma disposition pour essayer d'obtenir une réponse à cette question pourtant fort simple. Il n'existe pas de normes comparables d'un produit à un autre.

Ce sont donc les préoccupations principales. Il faut en outre veiller à ce que les ressources nécessaires soient en place pour offrir un coup de pouce aux nouvelles entreprises qui commencent à exporter leurs produits au Japon.

À la lumière de ce que vous ont dit les représentants des industries du boeuf et du porc, il est intéressant de noter que ces entreprises dont les usines ont une production se calculant en dizaines de millions de dollars connaissent des problèmes semblables aux nôtres. Ainsi, si nous avons la confiance des consommateurs canadiens, nos clients japonais veulent quant à eux des preuves.

•(1635)

Comment puis-je prouver qu'il n'y a aucun résidu? Sears Canada ne m'a jamais demandé une chose pareille. Nous avons pris la place d'un produit qui se trouvait sur les tablettes de Sears depuis 25 ans, et les ventes sont bonnes. Nous recevons des commandes chaque semaine.

Des questions semblables nous sont posées et il n'y a personne pour nous aider à y répondre. Il est bon de constater que nous avons certaines similarités, car on risque de devoir répondre aux mêmes questions dans 20 ans d'ici.

Nous prenons donc des mesures de la sorte. Lorsque nous modifions nos produits, nous hésitons beaucoup à présenter la nouvelle formule à notre distributeur japonais, car nous savons que cela nous obligera à amasser l'équivalent de six mois de recherches et de données. Nous indiquons donc à nos fournisseurs que s'ils souhaitent utiliser un certain ingrédient, ils doivent s'assurer de pouvoir obtenir les informations requises auprès de leurs fournisseurs de matières premières. La loi ne les oblige pas à nous fournir ces renseignements et ils ne souhaitent pas vraiment le faire, étant donné le contexte concurrentiel. Comme ils n'ont sans doute jamais eu à répondre à la question, ils sont réticents à fournir l'information, et nous arrivons difficilement à nous en sortir.

Nous songeons à présenter aux Japonais de nouvelles formules et de nouveaux produits que nous venons tout juste de concevoir, mais cela nous fait un peu peur, car nous savons que nous nous engageons ainsi dans une autre année complète de recherche et de planification. Comme nous l'avons déjà indiqué, notre distributeur japonais est le plus important que nous ayons sur la planète. Notre entreprise et nos relations commerciales ont été prises très au sérieux là-bas. Nous considérons qu'il y a au Japon un potentiel très intéressant, et nous espérons pouvoir continuer à l'exploiter.

Merci de nous avoir invités à comparaître.

• (1640)

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Garrido.

M. Pablo Garrido (propriétaire, Savia Wine Agency): Bonjour à tous. Je suis vraiment ravi de prendre la parole aujourd'hui devant vous, honorables députés, personnel du comité et autres témoins. Dans le contexte d'une entente possible entre le Canada et le Japon, il y a certains aspects qui me tiennent particulièrement à cœur.

Je m'appelle Pablo Garrido. Je suis propriétaire de Savia Wine Agency, une entreprise qui se spécialise dans l'importation de vins japonais en Ontario. Si vous ne connaissez pas les vins japonais, ne vous en faites surtout pas; vous n'êtes pas les seuls. Alors que le saké et la bière japonaise ont des adeptes un peu partout sur la planète, les viticulteurs nippons mettent les bouchées doubles, avec une passion qui ne se dément pas, pour produire des vins qui en viendront un jour, d'après moi, à rivaliser avec ceux produits dans des régions viticoles de renom. Pour vous donner une idée, j'estime que les viticulteurs japonais se situent actuellement au point où en étaient leurs homologues ontariens il y a environ 15 ans, c'est-à-dire qu'on y produit d'excellents vins, mais qu'il faut multiplier les efforts pour convaincre les consommateurs que le contenu de la bouteille est à la hauteur du prix sur l'étiquette.

J'ai créé Savia Wine Agency dans le but de marier ma passion du vin avec mon amour du Japon et la chance exceptionnelle que j'ai d'être Canadien. Avec comme point de départ une liste de contacts et un billet d'avion pour Tokyo, j'ai amorcé un processus qui m'a permis d'en apprendre beaucoup sur moi-même, les aléas de la création d'une nouvelle entreprise et le monde intrigant des droits de douane et des tarifs s'appliquant aux boissons alcooliques.

J'ai eu droit à ma première leçon dès mon voyage initial pour rendre visite à mon fournisseur et à des établissements viticoles. Je suis rentré au Canada avec huit bouteilles de vin Koshu que je comptais utiliser comme échantillons. Les tarifs, la taxe d'accise et la majoration provinciale pour les boissons alcoolisées ont totalisé plus de 114 \$, soit 70 p. 100 de plus que le prix d'achat des bouteilles au Japon. Bien que je ne prétende pas connaître les tarifs payés par les gens des autres industries qui font entrer au Canada des échantillons

commerciaux, j'ai bien l'impression que les importateurs de vin sont parmi ceux qui ont le plus gros montant à déboursier.

Pour vous donner un aperçu de la réalité financière de mon entreprise, disons que j'applique une commission d'environ 10 p. 100 sur une bouteille de vin Koshu du Japon, soit 4 \$ par bouteille pour un total de 24 \$ la caisse. Compte tenu des coûts mentionnés précédemment, il me faut vendre plus de quatre caisses simplement pour récupérer les sommes dépensées pour mes échantillons. Tout cela pour vous dire que mon entreprise est d'abord et avant tout motivée par une passion que je ne vais pas nécessairement pouvoir me permettre encore très longtemps.

En outre, dans un souci de responsabilité sociale pour la commercialisation des boissons alcooliques, de nombreuses régies des alcools au Canada établissent des prix planchers pour éviter que des ventes au rabais n'encouragent l'acquisition de mauvaises habitudes. Ces pratiques, quoique fort louables, nous posent certaines difficultés. Par exemple, l'Ontario impose une majoration de 39,6 p. 100 sur le prix du vin. Je crois qu'une politique tarifaire plus souple pourrait contribuer à minimiser les impacts de ces majorations provinciales, ce qui aiderait des entreprises comme la mienne à favoriser l'accès des Canadiens à des vins qu'ils ne connaissent pas encore.

Dans ce contexte, je crois que vous vous imaginez assez bien à quel point j'ai été ravi d'apprendre plus tôt cette année que la Chambre des communes avait unanimement adopté le projet de loi C-311. Cette nouvelle loi proposée par le député conservateur Dan Albas prévoit la suppression des restrictions qui, jusqu'à maintenant, entravaient le commerce interprovincial du vin au Canada. C'est d'un accès semblable dont les viticulteurs canadiens ont besoin sur tous les marchés possibles.

Je me souviens avoir veillé très tard pour regarder le vote en me disant qu'une Chambre qui apparaît divisée peut facilement se concerter dans l'objectif commun d'assurer un meilleur accès au vin.

En utilisant comme tremplin la nouvelle loi régissant le commerce interprovincial, je crois que le Canada a fait un grand pas en avant qui pave la voie à une ère nouvelle tournée vers l'avenir dans le commerce du vin. Pendant que le premier ministre Harper montre par ses paroles et ses actions que le Canada ne va plus rester sans broncher à regarder tourner les roues du commerce international, nous pouvons démontrer, en tant que nation et partenaire commercial de valeur, que nous pouvons être des visionnaires dans l'application des droits de douane et des tarifs pour les boissons alcooliques.

Pour notre gouvernement fédéral, c'est l'occasion sans précédent de montrer aux citoyens canadiens que les ententes commerciales ne visent pas uniquement à satisfaire aux exigences des grandes industries traditionnelles. En s'attaquant aux barrières commerciales pour les produits et services moins traditionnels, comme le vin et le savon, les gouvernements peuvent indiquer à l'électorat que le libre-échange peut être grandement bénéfique également pour les petites et moyennes entreprises.

Un parfait exemple des avantages des accords commerciaux progressistes m'a été révélé lors de l'allocution de l'honorable M. Keddy devant le chapitre torontois de la Japan Society. Il racontait que lorsque le libre-échange avec les États-Unis a été annoncé, les viticulteurs canadiens craignaient un afflux de vin américain qui allait emporter leur part de marché. On sait maintenant que ce n'est pas ce qui s'est produit. De fait, un rapport publié en 2011 par BMO Nesbitt Burns indiquait que les États-Unis sont désormais le principal marché d'exportation pour le vin canadien, comptant pour plus de 40 p. 100 de nos exportations totales. En comparaison, selon un rapport d'Agriculture Canada sur l'industrie viticole canadienne en 2007, les vins américains ne représentaient que 13,6 p. 100 de tous les vins importés au Canada.

Dans le même rapport, un passage important vient appuyer les assertions de M. Keddy comme suit:

L'industrie vinicole a répondu aux défis de la libéralisation du commerce en mettant l'accent sur les vins de qualité supérieure et en lançant de nouveaux produits comme les vins de glace pour lesquels le Canada est renommé mondialement. En même temps, les exploitations viticoles mettaient en marché de nouveaux produits de raisin et de vin de grande qualité pour s'adapter aux goûts des consommateurs en pleine évolution.

• (1645)

Pour ce qui est des craintes exprimées par les producteurs de vin canadiens à l'égard de l'accord de libre-échange avec les États-Unis, sachez que le libre-échange avec le Japon serait tout autre. Le plus grand établissement vinicole que je représente a un vignoble d'environ 14 acres pour produire son vin. L'établissement vinicole Henry of Pelham à Niagara a, quant à lui, 170 acres de vignes pour produire son vin. Si on pense seulement au volume potentiel, les producteurs canadiens ne pourront qu'en sortir gagnant si on leur permet d'accéder plus facilement et à moindre coût au troisième marché en importance au monde, qui compte plus de 127 millions de consommateurs. De plus, selon un rapport déposé en mai de cette année par Agriculture Canada, l'exportation de vin a chuté de quelque 17 p. 100 depuis 2006 dans ce marché. Je crois donc que le Japon offre de grandes possibilités et constitue un partenaire exceptionnel pour le Canada, la nation idéale pour redorer le blason du commerce international des vins.

Pour les producteurs de vin japonais, comme ceux que je représente, la réduction des coûts d'entrée sur le marché se traduirait par la possibilité non seulement d'accroître leurs ventes, mais aussi de gagner en visibilité. Il s'agit là d'un aspect important, notamment pour le Koshu, un vin blanc du cépage indigène Koshu du Japon. En fait, il est tellement important de faire mousser ce produit qu'en 2009, un regroupement d'établissements viticoles de la préfecture de Yamanashi, la principale région vinicole du Japon, a créé une association commerciale appelée « Koshu du Japon ».

Sur son site Web, le regroupement indique que ses principaux objectifs sont la promotion à l'étranger, le développement de nouveaux produits et la publicité. En quête de visibilité, le regroupement a organisé des événements annuels de dégustation à Londres. Un de ses objectifs personnels est de convaincre l'association d'inclure le Canada à sa prochaine mission commerciale. Une entente économique entre nos deux nations, qui mettrait l'accent sur le développement du commerce des boissons alcoolisées, permettrait certainement de démontrer concrètement l'intérêt du Canada pour l'exploration de tous les secteurs des marchés commerciaux partout dans le monde.

Ce serait aussi profitable pour les restaurateurs canadiens d'avoir accès à des vins uniques dont le prix de vente pourrait plus facilement séduire les consommateurs canadiens. Lors d'une collecte

de fonds après le terrible tremblement de terre et le tsunami de mars 2011, j'ai rencontré un haut représentant d'un grand importateur canadien de produits japonais. Au cours de notre discussion, il m'a mentionné qu'il avait effectivement envisagé l'importation de vins japonais au Canada, mais que le prix de revient aurait empêché les deux parties d'obtenir les résultats souhaités. La conclusion d'une entente économique entre le Canada et le Japon permettrait en effet d'éliminer ce qui fait obstacle à l'expansion du marché en ce moment.

De plus, je crois que les grands joueurs de l'industrie japonaise sont actuellement soumis à une pression énorme. Par exemple, dans le cadre de son récent exercice de restructuration, Sharp Electronics pense à vendre ses usines de production d'écrans LCD du Mexique et de Taïwan, et à supprimer 5 000 emplois pour la première fois en 60 ans.

Je constate effectivement que les temps changent et que la situation n'est pas des plus faciles au Japon. Nous pourrions très bien assister à la redéfinition de ce qui fera la renommée du Japon dans le futur. Un partenariat économique bien pensé avec le Canada pourrait s'avérer un catalyseur exceptionnel pour les deux nations, qui pourraient ainsi réaliser leur plein potentiel économique dans les années à venir.

Merci de m'avoir consacré de votre temps et de votre attention, et merci de m'avoir invité à me joindre à vous aujourd'hui.

Le président: Merci beaucoup.

Avant de passer aux questions, j'aimerais apporter une légère précision.

Vous avez attribué le mérite à M. Dan Albas pour cette initiative. C'est tout à fait exact. Mais M. Ron Cannan, un membre du comité, a autant contribué à la concrétisation de cette mesure, sinon plus.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Et voilà.

Sur ce, nous allons entamer la période de questions avec M. Morin.

M. Marc-André Morin (Laurentides—Labelle, NPD): Je suis totalement en faveur d'un échange commercial avec le Japon, car c'est le meilleur partenaire qu'on pourrait avoir. Nos deux économies sont complémentaires, de même que nos agricultures. C'est une entente qui pourrait s'avérer fructueuse pour tout le monde et à tous les égards.

Madame Sava, votre champ de compétence est très technique. Vous savez sans doute que les Japonais sont très prudents et méticuleux en ce qui a trait aux normes. Ils ne laissent rien au hasard. Ils sont probablement d'avis qu'un bon système sanitaire ne peut pas faire les manchettes.

Les producteurs de boeuf se rendraient compte qu'il serait difficile de conclure une entente avec le Japon en ce moment, car les histoires qui sont sorties dans les médias au cours des dernières semaines seraient loin de leur rendre service. Je ne crois pas qu'il soit utile de chercher à savoir comment cela s'est produit et qui est responsable ni d'établir la chronologie des événements. Il faut se rappeler que quelqu'un quelque part a sa part de responsabilité.

La façon dont le pays est dirigé influe sur ce genre de choses. Il vous serait très utile d'obtenir les données techniques que vous devez transmettre à vos partenaires japonais. Ici on parle de « paperasseries », mais au Japon, ces paperasseries sont vues comme des précautions qu'il est nécessaire de prendre pour gérer le pays de façon responsable. Si on coupe dans les formalités administratives à jamais, nous allons finir par frapper un mur, car le gouvernement a des responsabilités à prendre. Même si Maple Leaf réussit très bien à maintenir des normes de productions optimales pour ses usines, ce n'est pas à l'entreprise d'y voir; c'est à notre gouvernement.

Pensez-vous avoir tout l'appui nécessaire du gouvernement pour pouvoir faire des affaires avec le Japon? Croyez-vous que c'est une bonne idée de fermer les services consulaires sans préavis à Tokyo? Est-ce que cela pourrait vous aider dans votre travail, à votre avis?

•(1650)

Le président: Des questions ont été posées. Nous allons vous interrompre pour permettre au témoin de répondre.

Mme Jacqueline Sava: Pour ce qui est d'établir des liens avec le Japon, nous avons besoin de ressources qui sont plus près qu'un consulat canadien à l'autre bout du monde. Nos fournisseurs, nos fabricants, nos responsables locaux des politiques, nos représentants japonais et nos représentants gouvernementaux d'ici n'ont pas suffisamment d'information sur les normes appliquées là-bas. C'est comme si les distributeurs japonais étaient responsables des formalités administratives et des normes, sauf si je veux faire affaire avec eux; à ce moment-là, cela devient ma responsabilité à titre de propriétaire du produit et d'exportatrice qui représente le Canada à l'échelle mondiale. Que ce soit ma responsabilité ou non, c'est mon problème et c'est à moi de saisir l'occasion également. Je pense que les ressources gouvernementales dont j'ai besoin doivent être plus proches et plus faciles d'accès, et elles doivent connaître à fond la réglementation régissant les marchés japonais dans tous les secteurs où nous voulons exporter des produits.

Les produits de soin de la peau constituent un important marché mondial, alors je crois que des ressources devraient sans contredit être affectées à ce secteur. J'ai besoin de pouvoir appeler quelqu'un qui a à coeur que je réussisse comme exportatrice et qui va m'aider à trouver les normes réglementaires applicables à mon produit sur le marché japonais.

J'ai rencontré le président de la quatrième génération d'Olympus Japon, un des plus grands fabricants, exportateurs et importateurs du Japon. Il m'a très poliment fait savoir qu'il aurait été préférable que je connaisse les normes réglementaires japonaises avant de fabriquer mon produit. Je pouvais seulement lui répondre que si j'avais su il y a trois ans que j'aurais un distributeur au Japon, si j'avais seulement un instant pensé que j'allais pouvoir prendre les arrangements nécessaires pour exporter mon produit au Japon — parce que je suis assez intelligente pour savoir que je ne connais pas suffisamment bien le domaine pour le faire seule —, alors j'aurais tenu compte des normes japonaises.

Nous avons des distributeurs en Australie, au Royaume-Uni, au Portugal et en Allemagne, tous les pays qui sont intéressés à nos produits. Je n'ai pas moyen de savoir quelles sont leurs normes réglementaires. Contrairement aux grandes entreprises, je n'ai pas les ressources nécessaires pour déployer des gens sur place afin d'aller chercher les réponses dont j'ai besoin. Avec toutes les ressources gouvernementales locales à ma disposition, et nous sommes assez bien branchés, je n'arrive pas à trouver réponse à mes questions.

•(1655)

M. Pablo Garrido: Pour ma part, je crois que le soutien du gouvernement a été adéquat. Dans le cas des vins et des boissons alcoolisées, le soutien porte surtout sur la façon dont le produit est traité quand il arrive chez nous, et sur les droits de douanes, les tarifs et les taux de majoration appliqués.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Cannan.

L'hon. Ron Cannan (Kelowna—Lake Country, PCC): J'aimerais d'abord remercier nos témoins.

Merci, monsieur le président, pour vos bons mots. C'est la philosophie que j'aime mettre de l'avant. C'est incroyable tout ce qu'on peut faire quand on travaille tous ensemble. C'était une victoire d'équipe, alors tout le monde a travaillé...

Le président: Combien de bouteilles avez-vous rapportées en douce?

L'hon. Ron Cannan: Et voilà.

Je suis heureux que nous travaillions sur cette étude conjointe en vue d'une entente potentielle de partenariat économique.

Je pense à la libéralisation du commerce. Des études préliminaires avançaient une hausse du PIB de 0,24 à 0,57 p. 100 au Canada, et de 0,09 p. 100 pour le Japon. C'est intéressant de faire un parallèle avec le chiffre enivrant de 0,08 p. 100. On parle d'une croissance de 3,8 à 9 milliards de dollars au Canada, ou de 4,4 à 4,9 milliards au Japon. Il y a de très belles occasions à saisir.

Merci à vous deux pour votre persévérance. Votre esprit d'entreprise et votre enthousiasme sont contagieux, et c'est très encourageant.

Ma première question s'adresse à vous, Pablo.

J'aimerais simplement clarifier un point. Importez-vous uniquement des vins japonais à l'heure actuelle?

M. Pablo Garrido: C'est exact, oui.

L'hon. Ron Cannan: Envisagez-vous de faire de l'exportation également?

M. Pablo Garrido: C'est dans nos plans futurs, en effet. Il y a des agents qui se spécialisent dans l'importation de vins canadiens au Japon. Un des producteurs canadiens que j'ai rencontrés, de Vineland Estates, a un agent au Japon et il se rend tous les ans à Osaka pour promouvoir son produit.

L'hon. Ron Cannan: En 2000, j'étais conseiller municipal à Kelowna. J'ai eu le privilège de diriger une délégation à notre ville jumelle de Kasugai. Un groupe de consultants et d'agents vinicoles y étaient aussi. Le secteur a continué à se développer non seulement en Colombie-Britannique, mais aussi ailleurs au Canada. Je pense que c'est une bonne idée de penser à l'exportation.

Le défi qui se pose actuellement est de favoriser les échanges bidirectionnels et d'offrir les produits aux dizaines de milliers de Canadiens japonais, et de pénétrer le marché grâce aux canaux de distribution établis dans chacune des provinces. Est-ce un défi pour vous aussi?

M. Pablo Garrido: Oui, c'est en quelque sorte un double défi.

Tout d'abord, je vous prie de m'excuser d'avoir omis de vous nommer. Merci de votre aide. La soirée de l'adoption du projet de loi fut très agréable.

Un des défis que nous aurons à relever sera de pénétrer le marché. Le marché japonais est reconnu pour être un marché assez fermé; il peut être difficile d'y faire son entrée. Je crois que les vins et les boissons alcoolisées nous offrent une occasion unique. Par exemple, le vin que je vais importer ne va empiéter sur le marché d'aucun producteur canadien. C'est l'occasion idéale pour négocier le système de contrepartie rêvé.

L'hon. Ron Cannan: Excellent.

Je vais partager mon temps avec M. Hiebert, mais avant je vais poser une dernière question rapidement à Mme Sava et à Mme Wilkinson.

Après trois années de collaboration avec un distributeur japonais, vous en auriez sans doute long à raconter. Vous pourriez écrire un livre et vous lancer dans la consultation. Vous avez travaillé avec nos délégués commerciaux également. Y a-t-il des choses qui ont bien fonctionné et d'autres moins, tant au Canada qu'au Japon?

Mme Jacqueline Sava: Surtout au Canada; je ne me suis pas rendue au Japon. Quand vos homologues canadiens ne peuvent pas vous aider et qu'ils ne peuvent pas non plus trouver quelqu'un à l'autre bout du monde pour répondre à vos questions, le réflexe est de retourner à la source et de demander de l'aide aux chimistes et aux fournisseurs des matières premières.

L'hon. Ron Cannan: Espérez-vous qu'on harmonise les normes comparables?

Mme Jacqueline Sava: Je ne pense pas qu'il y aura une harmonisation des normes comparables. Je devrais peut-être l'écrire pour m'en rappeler plus tard. Je doute que les grandes compagnies nord-américaines qui fabriquent et distribuent des produits pour ces marchés vont jamais considérer les normes japonaises comme des normes acceptables à satisfaire. Même si nos produits répondent à des normes exceptionnelles, nous avons appris qu'ils satisfaisaient à peine aux normes japonaises. Cela m'étonnerait qu'on trouve des normes comparables, à moins que les Japonais abaissent un peu les leurs, et ils ne le feront pas. C'est d'ailleurs à cause de leurs normes élevées que le marché d'exportation est florissant. Selon moi, la clé réside dans l'accès aux renseignements qui nous permettront de comprendre leurs normes, de même qu'à des experts qui sont là pour aider les entreprises.

Je fais un peu de consultation. J'ai rencontré les représentants d'une entreprise de sirop d'érable, un producteur acéricole haut de gamme près d'ici qui fabriquent des produits de soins de la peau à base d'érable. Le Japon est un marché de choix pour cette entreprise, elle qui reçoit déjà des touristes japonais qui adorent ses produits. J'ai indiqué aux représentants qu'ils ne savaient pas encore ce qui se faisait dans ce marché. Nous n'allions pas discuter de la réglementation régissant les produits de soins de la peau, les matières premières et ces choses-là, parce que c'était tout simplement trop loin à l'horizon. Ils ont possiblement entre les mains un produit de prestige, qui est tout à fait indiqué pour le marché japonais à mon avis. Je leur conseillerais même de faire des essais jusqu'à ce qu'il y ait plus de ressources en place pour les aider à établir des contacts et des liens d'affaires.

Il leur arriverait la même chose qu'à nous. Il faut trouver un distributeur japonais, qui fera entrer votre produit sur le marché. Tout va bien au début, puis c'est la tempête réglementaire et rien ne va plus.

• (1700)

Le président: Vous avez une minute et demie.

L'hon. Ron Cannan: Merci.

J'allais dire que le vin de glace est aussi très important pour les Japonais.

M. Russ Hiebert (Surrey-Sud—White Rock—Cloverdale, PCC): Dites-vous qu'il y a une barrière non tarifaire derrière cette tempête réglementaire dont vous parlez?

Mme Jacqueline Sava: Oui. Nous demandons à nos distributeurs de gérer les tarifs et les droits d'importation liés à nos produits, alors je dirais que c'est une barrière non tarifaire. De ce que j'en sais, c'est semblable à la marge commerciale appliquée aux produits du porc, c'est-à-dire qu'on majore le prix de nos produits pour couvrir tous les tarifs et droits de douane au Japon. C'est une question d'ordre réglementaire en ce sens qu'on ne définit pas nécessairement de la même façon nos matières premières dans les deux marchés, et que les normes applicables aux matières premières peuvent aussi différer.

Je pense que mes produits satisfont ou surpassent les normes canadiennes en matière d'étiquetage, d'identification des matières premières et de désignation de la marque nominale. Les renseignements fournis, qui sont les données les plus précises que les fabricants peuvent me donner, ne satisfont pas à la norme au Japon.

Une voix: Pour satisfaire aux normes réglementaires...

M. Russ Hiebert: Désolé, il ne me reste que très peu de temps. J'aimerais seulement poser une dernière question à M. Garrido.

Vous avez parlé des tarifs de 30 p. 100 appliqués aux vins en Ontario. Quels sont les tarifs applicables aux vins canadiens exportés au Japon? Et quels sont les tarifs applicables aux vins japonais importés au Canada? J'aimerais avoir ces deux chiffres. Quel impact l'élimination de ces tarifs aurait-elle sur votre entreprise?

M. Pablo Garrido: Selon le dernier document que j'ai consulté à ce sujet, je crois qu'un tarif douanier de 38,5 p. 100 s'applique au vin que le Japon importe; il en va de même pour la bière. C'est ce qui explique pourquoi le marché de la bière sans alcool est en train d'exploser là-bas; les marges bénéficiaires sont meilleures.

Pardonnez-moi, mais que m'avez-vous demandé à propos des deux directions?

M. Russ Hiebert: Je voudrais connaître les tarifs douaniers qui s'appliquent au vin exporté au Japon et à celui que le Canada importe. Quelles sont les répercussions de leur abolition sur vos affaires?

M. Pablo Garrido: À titre d'agent, je peux vous parler expressément du tarif douanier que je dois payer lorsque je ramène des échantillons au Canada. Dans mon exposé, je vous ai raconté avoir dû payer 70 p. 100, mais c'est parce que je suis tombé sur des agents de douane très gentils. C'est plutôt 102 p. 100 de la valeur du vin que je devrais déboursier lorsque je reviens au pays avec des échantillons.

M. Russ Hiebert: Le tarif est de 38 p. 100 dans l'autre sens.

M. Pablo Garrido: En effet. Mes amis producteurs de vin pourraient mieux vous parler que moi du marché d'exportation au Japon, mais c'est le chiffre que je connais.

Le président: Très bien.

Monsieur Easter, vous pouvez y aller.

L'hon. Wayne Easter: Merci, monsieur le président. Si tout va bien, je ne devrais pas utiliser les sept minutes au complet.

Je vous félicite tous les deux d'avoir eu le courage de vous lancer en affaires. Ce peut être une grande source de plaisir, mais aussi un véritable casse-tête de temps à autre. Toutes mes félicitations.

Madame Sava, j'essaie de comprendre les difficultés que vous éprouvez. Proviennent-elles d'un détail sur l'étiquette des produits qui inquiète les Japonais, ou bien des documents de référence sur la composition des ingrédients qui entrent dans la fabrication des produits Soak?

Mme Jacqueline Sava: Il s'agit des documents de référence.

L'hon. Wayne Easter: Comment pourrait-on favoriser la croissance de votre entreprise au moyen de politiques gouvernementales? On croit souvent à tort qu'il suffit de signer des accords commerciaux pour qu'il y ait des échanges. Je crois plutôt qu'il faut mettre en place une stratégie complémentaire — l'expression « stratégie industrielle » n'est pas la bonne. Comment peut-on apporter une valeur ajoutée à un accord commercial au Canada? Comment peut-on aider les entreprises à apprendre l'essentiel afin de pénétrer le marché étranger? Les gros joueurs comme Aliments Maple Leaf ont une équipe sur place.

• (1705)

Mme Jacqueline Sava: En effet, la plupart des entreprises n'ont personne là-bas. Nous avons besoin de ressources, de spécialistes du marché intérieur qui sont sur place et qui possèdent une expérience commerciale du marché japonais.

J'ai discuté hier avec un confrère conseiller et fabricant en soins de la peau au Royaume-Uni qui peut m'indiquer des usines et des installations à intégrer à mon réseau. Il est plus facile de trouver une personne-ressource en Angleterre qu'au Japon, ou encore un Japonais ayant travaillé là-bas. Les personnes qu'on rencontre au consulat, en voyage ou aux expositions commerciales s'intéressent uniquement aux documents, aux références, ou à la promotion de sites Web. Ce qu'il me faut, c'est plutôt l'équivalent d'Aliments Maple Leaf dans le domaine des soins de la peau. J'ai besoin de quelqu'un qui possède de l'expérience dans le commerce de marchandises au Japon et qui connaît les réponses difficiles à trouver. Cette ressource pourrait être nommée par le gouvernement ou inscrite à une liste gouvernementale.

Mme Chris Wilkinson (directeur des ventes et des opérations, Soak Wash inc.): Nous avons besoin de quelqu'un en mesure de nous indiquer les analyses auxquelles nous devons soumettre nos produits afin qu'ils soient conformes au système de réglementation japonais. Est-ce plus clair?

Mme Jacqueline Sava: Ce doit être fait au stade de développement. C'est autre chose de demander au distributeur de se débrouiller pour réaliser les analyses puis de nous retourner les résultats.

De plus, il faut informer les entrepreneurs qui envisagent de pénétrer le marché japonais. Ils ne doivent pas décider tout bonnement d'exporter au Japon parce qu'ils ont entendu dire que ce marché privilégie les produits haut de gamme, les normes adéquates et la confiance, et qu'ils partagent ces valeurs. Voilà l'idée qui finit par se propager dans le monde des affaires. Il ne s'agit pas nécessairement d'entreprises en démarrage ou de moyennes entreprises comme la nôtre. Ce n'est pas aussi simple. Il faut des personnes-ressources qui possèdent des compétences ou des connaissances, et qui peuvent au moins dresser la liste des critères à respecter dans chaque industrie. Il convient de faire fuir ceux qui ne devraient pas se lancer par manque de ressources. Il faut des conseils pratiques.

L'hon. Wayne Easter: C'est un problème pour ceux qui frappent un mur après avoir investi.

Mme Jacqueline Sava: En effet, et ce n'est pas représentatif des gens d'affaires de l'ensemble du pays. Il faut des ressources sur le terrain et sur le marché.

L'hon. Wayne Easter: D'accord, je crois comprendre où vous voulez en venir.

En ce qui concerne l'industrie vinicole, Pablo, pour quelle raison les exportations de vin vers le Japon ont-elles chuté? J'imagine qu'on peut s'attendre à des échanges réciproques lorsqu'on ouvre le marché du vin japonais ici et qu'on expédie nos produits au Japon. Pourquoi le volume des produits exportés au Japon a-t-il diminué? Vous avez parlé de 13 ou de 17 p. 100, je crois; j'ai oublié.

M. Pablo Garrido: En toute honnêteté, j'aurais aimé connaître la réponse. Aucune raison particulière ne m'est sautée aux yeux à la lecture de la documentation des rapports.

L'hon. Wayne Easter: La zone de libre-échange va certainement favoriser les importations. En ce qui concerne la motion dont la Chambre est saisie, il existe encore des obstacles réglementaires majeurs à l'échelle provinciale. Quelles sont leurs répercussions sur vos activités? Vous devez écouter le gouvernement fédéral d'un côté, et les gouvernements provinciaux et territoriaux de l'autre. Quelles en sont les conséquences? Essayez-vous de vendre du vin au-delà des frontières ontariennes? Je n'ai même pas vérifié d'où vous veniez.

M. Pablo Garrido: Je viens de Toronto.

Je n'ai pas commencé à vendre du vin hors de la province. Si j'ai bien compris, le véritable objectif du projet de loi C-311 était de créer un lien entre les consommateurs et les producteurs de vin au Canada, et de permettre l'achat de vin d'une province à l'autre. Je suis loin d'être un économiste, mais je crois comprendre que les produits canadiens ne peuvent pas bénéficier d'un traitement tarifaire préférentiel en raison des règles commerciales internationales, et que, par conséquent, les mêmes règles finiront par s'appliquer aux vins de tous les pays qui sont embouteillés au Canada.

Je pourrais vendre des bouteilles à un Albertain. Les organismes provinciaux semblent vouloir agir rapidement afin de continuer à protéger les taxes et les marges qui s'appliquent à leur territoire.

• (1710)

L'hon. Wayne Easter: N'oubliez pas l'Île-du-Prince-Édouard. En été, la province accueille un grand nombre de touristes japonais qui pourraient apprécier le vin de chez eux.

Je vais m'arrêter ici, monsieur le président.

Le président: Votre temps était déjà écoulé, mais ce n'est pas grave. Monsieur Shory, vous pouvez y aller.

M. Devinder Shory (Calgary-Nord-Est, PCC): Merci, monsieur le président. Mesdames et messieurs, je vous remercie de votre présence.

L'un d'entre vous a dit que les accords de libre-échange profitent aux PME, ce que notre gouvernement comprend très bien, naturellement. C'est pour cette raison que nous ouvrons de nouveaux marchés à ces entrepreneurs.

J'ai été grandement impressionné d'entendre aujourd'hui les députés du NPD essayer de démontrer à quel point ils appuient les accords de libre-échange, alors qu'ils s'y sont toujours opposés — vous aussi les avez entendus.

Le comité visitera le Japon la semaine prochaine. Quel message voulez-vous adresser aux membres du comité qui seront de la partie?

M. Pablo Garrido: Tout d'abord, vous devez vous rendre à la préfecture de Yamanashi afin de visiter des vignobles. Le voyage en train à partir de Tokyo en vaut vraiment la peine. Il faut compter environ deux heures, et c'est tout à fait génial.

À vrai dire, j'aimerais que vous constatiez le type de concurrence dont il est question. Certains des producteurs de vin que je représente sont formés de conjoints qui portent l'entreprise sur leurs épaules et qui bouchent même les bouteilles à la main. Nous n'avons rien à craindre de ce genre de concurrence dans un contexte de libre-échange et de marché libéralisé.

Mme Jacqueline Sava: Pour ma part, je vous conseille d'en apprendre le plus possible sur les fluctuations réglementaires entre le marché national d'ici et celui du Japon afin de pouvoir orienter les entreprises qui désirent le pénétrer. Puisqu'il reste bien des occasions d'affaires à saisir pour les entreprises qui n'ont toujours pas de bureau au Japon, je vous conseille de découvrir où se trouvent les experts auxquels nous pouvons nous associer afin d'accéder aux ressources dont nous avons besoin.

M. Devinder Shory: Vous convenez assurément tous les deux que les occasions d'affaires entre les deux pays se multiplieront après la signature de l'APE. Croyez-vous que le temps presse? Pensez-vous que nous ferions mieux de signer l'accord au plus vite ou que le temps n'a pas la moindre importance?

Mme Jacqueline Sava: Ce qui compte à mes yeux, ce sont les ressources qui accompagnent la signature de l'accord. Si celui-ci prévoit appuyer les entreprises qui pénètrent le marché étranger, le plus tôt sera le mieux. Mais s'il n'est pas accompagné de la moindre ressource pour les petites entreprises, la prospection, l'établissement de relations ou la réglementation et la recherche, alors je préfère les ressources du projet de loi. Peu importe ce que vous arrivez à faire en premier.

M. Pablo Garrido: Pour ma part, je vous recommande de signer l'accord aussi vite que possible. Comme vous le savez, mon modèle d'entreprise est basé sur des calculs intéressants; à long terme, je ne peux donc pas attendre patiemment une diminution des tarifs et des droits.

M. Devinder Shory: Je vais laisser la parole à M. Holder.

M. Ed Holder: Je souhaite la bienvenue à nos invités. Je tiens moi aussi à vous féliciter de votre esprit d'entreprise. Je suis soulagé de voir des jeunes opter pour cette voie et faire preuve d'un tel enthousiasme.

Je dois admettre que la séance d'aujourd'hui ressemble à un épisode de *Dans l'oeil du dragon*.

Mme Chris Wilkinson: Nous sommes passés par là...

Une voix: ... deux fois.

Mme Chris Wilkinson: ... et eux non plus ne connaissent rien du Japon.

Des voix: Oh, oh!

M. Ed Holder: Non, en effet. Mais permettez-moi de vous donner un petit conseil, madame Wilkinson.

Vous avez dit que le délégué commercial ne vous a pas vraiment apporté l'aide que vous demandiez, et c'est intéressant. J'ai l'impression que si vous écrivez au chef du Service des délégués commerciaux du Canada, que nous connaissons bien, en lui disant que le Comité du commerce international vous a enjoint de lui demander conseil, vous pourriez recevoir une meilleure réponse. Nous serions ravis de vous offrir cette entrée en matière, si vous le désirez.

Je vous suggère aussi de discuter avec les présidents de la Chambre de commerce du Canada et des Manufacturiers et Exportateurs...

• (1715)

Mme Jacqueline Sava: C'est déjà fait.

M. Ed Holder: Voilà une petite leçon de réseautage. Vous devriez mentionner le comité au responsable.

Mme Jacqueline Sava: L'émission *Dans l'oeil du dragon* est elle aussi une bonne carte de visite.

M. Ed Holder: Eh bien, libre à vous de l'utiliser. Si elle vous ouvre des portes, c'est excellent. Sinon, vous pourrez faire ce que vous voulez de mon conseil. Mais je serais abasourdi que ces gens ne puissent pas vous conseiller sur la réglementation et les pratiques commerciales qui prévalent dans des pays comme l'Australie et le Portugal.

Je ne peux pas vous parler de la composition de votre produit, probablement pas plus que ces organisations. En ce qui concerne l'exigence de la divulguer, c'est votre produit, et il s'agit d'une propriété exclusive.

Quoi qu'il en soit, voilà ce que je vous conseille.

Mme Jacqueline Sava: Le problème n'a rien à voir avec les relations commerciales. Je peux obtenir tous les conseils dont j'ai besoin en visitant le International Quilt Market, à Houston. L'industrie de confection de courtepoinces représente 34 milliards de dollars — c'est bien vrai. Le président d'Olympus Japan peut se rendre à Houston avec toute son équipe pour nous rencontrer, car c'est plus près que le Japon, quoique je compte vous y accompagner la semaine prochaine, s'il vous reste de la place. En tant que jeune femme entrepreneure canadienne, je peux obtenir tous les renseignements dont j'ai besoin pour réussir en rencontrant un homme propriétaire d'une entreprise de quatrième génération. Toutefois, c'est justement ce que vous venez de mentionner que je n'arrive pas à obtenir. Au Canada, je n'ai pas accès à l'information réglementaire se rapportant au Japon. J'ai donc besoin que le gouvernement m'aide à prouver à mes fournisseurs que je ne leur demande pas ces renseignements pour le plaisir.

Voilà exactement ce que j'ai dit. Je dispose de toutes sortes de ressources ayant trait aux relations d'affaires avec le Japon, qui vont de mon M.B.A. à ma préparation pour l'émission télévisée, en passant par mes contacts au sein du gouvernement. Ce dont j'ai besoin, c'est de l'appui du gouvernement lorsque je dirai à mes fabricants, distributeurs et fournisseurs de matières premières au Canada que, même si je comprends qu'il s'agit d'information de propriété exclusive qu'ils ne sont pas tenus de me divulguer, j'ai besoin de connaître les ingrédients en raison de la possibilité d'exporter au Japon, qui fait l'objet d'un nouvel accord commercial, et en raison de l'analyse actuelle de mon produit par mon distributeur le plus important.

J'ai besoin de votre influence afin de convaincre mes fabricants et fournisseurs canadiens à trouver l'information au sein de leur organisation même s'ils ne sont nullement tenus de me la donner. Voilà la nuance. Nous pouvons trouver tous les renseignements dont nous avons besoin au sujet des relations commerciales internationales. Là n'est pas le problème.

M. Ed Holder: Merci de m'avoir donné la chance de poser une question.

Le président: C'est au tour de Mme Papillon.

[Français]

Mme Annick Papillon (Québec, NPD): Merci beaucoup.

Je remercie les témoins d'être parmi nous.

J'ai trouvé votre présentation très intéressante, madame Sava.

Comme vous nous le disiez plus tôt, lorsque vous avez tenté de pénétrer le marché du Japon, vous avez fait face à des normes différentes, par exemple l'identification de composantes chimiques de vos produits et le degré de biodégradabilité. Ce dernier doit d'ailleurs être particulier au Japon, étant donné que ce pays applique des normes très élevées en matière de protection environnementale.

Vous avez également parlé de tests pour mesurer les effets sur la peau. J'imagine que vous avez dû obtenir toutes sortes de certifications et franchir un bon nombre d'étapes. Vous avez aussi souligné le manque d'experts ou de personnes pouvant vous expliquer les étapes du cheminement à suivre en vue de pénétrer le marché et exporter vos produits.

Il y a sans doute d'autres obstacles non tarifaires dont on n'a pas eu le temps de discuter, mais j'imagine que cela a occasionné des dépenses. J'aimerais savoir quelles ont été ces dépenses, dans votre cas, et si elles auraient pu être évitées si vous aviez eu accès à certaines ressources.

[Traduction]

Mme Jacqueline Sava: Merci beaucoup.

J'ai passé des mois à ne rien faire d'autre que répondre quotidiennement aux questions de mon distributeur japonais. Maintenant, je travaille tard pour notre distributeur australien. Il est plus facile de travailler de 7 heures à minuit que de se lever le matin et d'avoir à répondre à 25 questions supplémentaires. Chaque fois que nous pensions avoir fourni des réponses complètes et appropriées, nous nous retrouvions avec une autre série de questions le lendemain. J'ai consacré environ six mois de mes ressources à répondre aux questions.

[Français]

Mme Annick Papillon: Si vous tenez compte du peu d'information que vous avez obtenu sur la réglementation et de tout le travail que vous avez dû faire, à combien s'élèvent les dépenses? S'il y avait eu des normes gouvernementales en matière d'étiquetage, par exemple, est-ce que ça aurait facilité votre travail? Y aurait-il eu moins de difficultés si nos normes avaient été les mêmes que celles du Japon?

• (1720)

[Traduction]

Mme Jacqueline Sava: Oui, s'il y avait des ressources financières, nous pourrions probablement les avoir utilisées pour cela. Nous n'avons trouvé personne qui pouvait nous aider à obtenir des précisions.

[Français]

Mme Annick Papillon: L'Union européenne, par exemple, a des règles d'étiquetage très serrées en ce qui concerne les composantes des produits. Dans votre cas, si les normes avaient été les mêmes, ça aurait probablement amélioré la situation.

[Traduction]

Mme Jacqueline Sava: Oui, cela nous aurait aidés. S'il existait une ressource gouvernementale qui a déjà établi les normes réglementaires sur les produits japonais, cela serait formidable, mais aucun des organismes avec lesquels nous avons pu communiquer n'avait ces normes.

[Français]

Mme Annick Papillon: C'est une première mesure que le Canada pourrait prendre pour aider nos entreprises à cet égard.

[Traduction]

Mme Jacqueline Sava: Oui. Pour moi, les documents officiels ne sont pas aussi importants que les ressources qui les accompagnent pour faciliter l'accès aux renseignements. Même si vous tentez de trouver un consultant ou un représentant du marché, il vous faut toujours quelqu'un qui a une expérience pratique de l'exportation sur ce marché, afin d'obtenir des renseignements et des ressources crédibles. Ensuite, cela devient une question économique, c'est-à-dire les sommes que vous allez aussi investir dans les essais réglementaires en vue d'un nouveau marché avant même de le pénétrer.

[Français]

Mme Annick Papillon: Vous avez dit pouvoir accéder à d'autres marchés, mais quels débouchés le Japon représente-t-il pour votre entreprise?

[Traduction]

Mme Jacqueline Sava: Il représentait probablement 25 p. 100 de notre chiffre d'affaires.

Mme Chris Wilkinson: Ils étaient nos meilleurs clients.

Mme Jacqueline Sava: Ils étaient nos meilleurs clients, et cela représentait environ 25 p. 100 de notre chiffre d'affaires qui venait essentiellement de nulle part. Comme je l'ai dit, ils étaient dans la phase d'essai de leur marché. Ensuite, parce que nous mettons au point une nouvelle formule, nous sommes en attente jusqu'à ce que nous la présentions, car maintenant, on estime qu'il faudra un an pour tester la nouvelle formule avant son approbation. Lorsque nous modifions notre formule ici, c'est comme un gros effort de commercialisation et nous pouvons la lancer, car cela satisfait aux normes réglementaires. Toutefois, ils testeront la formule pendant un an avant de la lancer sur le marché.

C'est là où nous en sommes pour le moment. Il y a beaucoup de potentiel, et nous prenons de l'expansion aussi.

[Français]

Mme Annick Papillon: Merci.

Est-ce que j'ai le temps de poser une dernière question?

[Traduction]

Le président: Non, il vous reste quatre secondes.

Nous vous remercions beaucoup d'être venus. Je vous en suis très reconnaissant.

Nous allons maintenant nous rendre à la Chambre. Je crois que nous aurons quelques votes. La sonnerie aurait dû retentir il y a environ cinq minutes; j'imagine que c'est presque le temps.

M. Don Davies: Monsieur le président, pourrais-je proposer que nous laissions deux députés ici et que nous amenions M. Garrido et Mme Sava au Japon avec nous?

Des voix: Oh, oh!

Une voix: Vous n'y allez pas?

Le président: Il semble que vous avez fait de nombreuses conquêtes autour de la table.

Merci beaucoup d'être venus. Nous vous sommes très reconnaissants. La séance est levée.

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>