



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 138 • 1^{re} SESSION • 42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 19 février 2019

Président

L'honorable Mark Eyking

Comité permanent du commerce international

Le mardi 19 février 2019

• (1530)

[Traduction]

Le président (L'hon. Mark Eyking (Sydney—Victoria, Lib.)): Bonjour à tous; soyez les bienvenus après la semaine que vous avez passée dans vos circonscriptions.

Aujourd'hui, nous poursuivons notre étude sur l'appui du gouvernement canadien au commerce international des petites et moyennes entreprises.

Madame Ramsey.

Mme Tracey Ramsey (Essex, NPD): Monsieur le président, je voudrais présenter ma motion. J'en ai donné avis au Comité le 18 février.

Je propose que notre comité convoque des porte-parole d'Exportation et développement Canada, pour les questionner sur les 19 prêts accordés par leur société à SNC-Lavalin ou à ses clients, depuis 2002, notamment sur tout appui financier fourni après l'annonce d'une enquête de la GRC sur la présumée corruption de la compagnie.

Le président: Vous ne faites que donner avis, parce que, d'après notre greffière, il faut 48 heures.

Mme Tracey Ramsey: Oui. Le délai a été respecté. L'avis a été donné, il a été communiqué.

La greffière du Comité (Mme Christine Lafrance): Oui. Il a été communiqué.

Mme Tracey Ramsey: Il n'est pas arrivé vendredi?

La greffière: Oui, mais il devait le faire avant 16 heures.

Mme Tracey Ramsey: Il n'a donc pas respecté le délai?

La greffière: Non. Il est arrivé à 16 h 30. Je suis désolée.

Mme Tracey Ramsey: Bon!

Le président: Revenons à l'ordre du jour, à notre étude sur les PME.

Nous avons le bonheur d'accueillir quelques témoins, parmi lesquels deux par vidéoconférence.

Pour certains d'entre vous, ce n'est pas votre première comparution devant un comité. Nous essayons de maintenir la durée des exposés à environ cinq minutes, si c'est possible. Un petit dépassement n'est pas grave. Ensuite, nos membres vous questionneront.

Habituellement, je commence par les témoignages par vidéoconférence, en cas de pépins techniques. Nos deux témoins sont là.

Nous accueillons Mme Karen Young, de Futurpreneur Canada.

Et M. Rakesh Naidu, de la Chambre de commerce régionale de Windsor-Essex.

Mme Audrey Jobin, de la Chambre de commerce et d'industrie de Dolbeau-Mistassini.

Madame Jobin, voulez-vous vous lancer la première?

[Français]

Mme Audrey Jobin (directrice générale, Chambre de commerce et d'industrie de Dolbeau-Mistassini): Bonjour.

Y a-t-il une question précise à laquelle je dois répondre?

[Traduction]

Le président: Avez-vous un exposé à faire entendre?

[Français]

Mme Audrey Jobin: Dois-je traiter d'un sujet en particulier?

[Traduction]

Le président: Passons à la Chambre de commerce régionale de Windsor-Essex.

• (1535)

M. Sukh Dhaliwal (Surrey—Newton, Lib.): Monsieur le président, vous devriez peut-être bien expliquer à Mme Jobin que si elle souhaite faire un exposé de cinq minutes, elle en a le temps.

Le président: Oui. Je le lui ai demandé. Ça ne semble pas le cas.

M. Sukh Dhaliwal: Avec des explications, peut-être, pour éviter un malentendu.

Le président: Madame Jobin.

[Français]

Mme Audrey Jobin: On ne m'a pas expliqué précisément le déroulement de la réunion.

[Traduction]

M. Richard Hébert (Lac-Saint-Jean, Lib.): Monsieur le président, peut-être veut-elle qu'on l'interroge. Elle n'a pas d'exposé.

Le président: Je propose que nous entendions les trois autres exposés. Après, elle pourra faire comme les autres ou ajouter une observation avant que nous ne passions aux questions.

Entendons d'abord M. Naidu, de la Chambre de commerce régionale de Windsor-Essex.

M. Rakesh Naidu (président-directeur général, Windsor-Essex Regional Chamber of Commerce): Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, je vous remercie. Je suis ravi de pouvoir vous parler par vidéoconférence. Je vous remercie de votre invitation.

Aujourd'hui, je m'exprime au nom de la région de Windsor-Essex, sur l'appui fédéral au commerce international auquel participent les PME. Mes observations se feront l'écho des principaux secteurs de la région, obtenu grâce à nos interactions avec les PME de notre communauté.

Comme la plupart d'entre vous le savent, Windsor-Essex est située au cœur du marché de consommation le plus riche du monde. Plus de la moitié de la population nord-américaine vit dans un rayon qu'on peut franchir en voiture dans un délai raisonnable. Le dixième marché, en importance des États-Unis, l'agglomération de Détroit, est à moins d'un mille de distance. La frontière canado-américaine, entre Windsor et Détroit est le point de passage le plus utilisé entre les deux pays. Le tiers, environ, de tous les échanges commerciaux transitant par la frontière passe par là, ce qui équivaut, en valeur, à un demi-milliard de dollars par jour. Cet emplacement géographique exceptionnel nous place au cœur même des accords commerciaux, particulièrement l'accord entre les États-Unis, le Mexique et le Canada, ce qui a des conséquences pour deux secteurs clés, la fabrication industrielle et l'agrinégoce.

La région de Windsor-Essex s'enorgueillit d'un profil industriel de plus de 1 000 fabricants, qui font tous partie d'une chaîne de valeur mondiale intégrée. Près de 90 % d'entre eux ont une vocation d'exportateurs. La région possède une grappe automobile importante, comprenant aussi des équipementiers d'origine. Elle a aussi Fiat Chrysler Automobile, Ford et beaucoup de gros fournisseurs de niveau 1, tant canadiens qu'étrangers. Trois des cinq premiers fabricants de moules d'Amérique du Nord y sont implantés. La grappe qui fabrique moules, outils et filières y emploie plus de 7 400 personnes, soit plus du tiers des 20 000 emplois estimés de ce secteur, en 2016. Vous pouvez comprendre que nous occupons une position de force en fabrication, en grande partie du fait de PME, exportatrices pour la plupart.

L'Ontario compte plus de 2 900 acres de serres, et 2 300, c'est-à-dire 80 %, sont dans la région de Windsor-Essex. Les exportations agricoles de l'Ontario vers les États-Unis ont atteint la valeur de 683 millions de dollars en 2016, et 78 % des serristes ontariens exportaient leurs produits aux États-Unis. En croissance exponentielle, ce secteur a commencé à réaliser ses plans d'expansion pour les cinq prochaines années. En ce moment même, il se construit environ 400 acres de serres dans la région, ce qui contribuera sensiblement à ses exportations de fruits et légumes frais vers les marchés américains et autres.

Voyons maintenant en quoi, croyons-nous, l'État fédéral devrait aider les PME pour les rendre mondialement concurrentielles, innovantes, leur aménager un contexte plus favorable et favoriser un meilleur accès à de nouveaux marchés.

Le pouvoir concurrentiel, d'abord. Nous applaudissons les nouvelles règles fédérales régissant l'amortissement accéléré de l'équipement neuf des fabricants. Présentées dans le dernier énoncé économique de l'automne, elles aident nos entreprises à trouver plus de ressources pour réinvestir des capitaux dans l'entreprise, ce qui renforce l'activité économique. Elles ont beaucoup contribué à

l'instauration de conditions équitables par rapport à celles qui sont en vigueur chez nos voisins, nos concurrents.

Notre pouvoir concurrentiel bénéficierait certainement d'autres mesures d'appui à une fiscalité plus favorable aux entreprises. Les fabricants cherchent à obtenir une réduction graduelle des taux fédéraux et provinciaux d'imposition des entreprises pour neutraliser les mesures fiscales récemment adoptées aux États-Unis, il y a un an, qui ont réduit l'avantage d'environ 14 à 15 % dont nous jouissons. La réforme de la fiscalité des entreprises devrait insister sur l'aide aux PME et aux fabricants, par un taux d'imposition plus favorable, qui leur permettrait de disposer des ressources leur permettant de prendre de l'expansion et d'obtenir de meilleures performances dans notre pays. Ça leur servira ainsi de tremplin pour une expansion internationale, grâce à l'accroissement de leur capacité. Toutes les entreprises profiteraient de l'application d'un programme efficace et opportun et d'un délai d'approbation qui est compatible avec les cycles de l'entreprise et de ses divers secteurs industriels.

Ensuite, l'appui à l'innovation. Les PME profiteraient de programmes structurés pour leur faciliter l'accès à des catégories moins restrictives, grâce à des paramètres plus généreux. La plupart des programmes sont construits en fonction des grandes entreprises possédant les ressources voulues pour y participer. Des seuils limités entraînent souvent la disqualification des petites entreprises dès la réception de leur formulaire d'inscription. Par exemple, la modification récente du Fonds stratégique pour l'innovation a fait perdre des occasions à la recherche-développement et innovation. De plus, l'élaboration des critères à respecter dans les programmes d'appui doit concilier création d'emplois et investissements de capitaux.

• (1540)

Enfin, l'appui aux exportations. L'accès aux marchés est indispensable à nos secteurs de la fabrication et de l'agriculture et c'est la clé de nos échanges commerciaux. Notre secteur des pièces d'automobile exporte environ 80 % de sa production, ce qui fait que le marché canadien n'est pas important pour lui, qui compte beaucoup sur les régions des États-Unis et du Mexique signataires de l'ALENA — désormais l'accord États-Unis-Mexique-Canada.

Bien que l'Accord économique et commercial global offre la possibilité de nouveaux marchés, l'appui accordé à l'atteinte de marchés bien développés à l'extérieur des régions et la baisse de la valeur commerciale existant là-bas aideraient à l'expansion de beaucoup de nos entreprises de fabrication. La mise sur pied de programmes structurés et à long terme pour appuyer le développement de nouveaux marchés permettrait de se mettre au rythme de croissance du secteur et à celui des investissements stratégiques pour celui de l'agrinégoce, tant dans les marchés existants que dans les marchés émergents. L'expansion des marchés est souvent empêchée par des obstacles non tarifaires. Elle profiterait de l'aide de l'État pour s'y retrouver dans ces processus, en reconnaissant que le cycle des ventes et du développement des entreprises est souvent long.

Les PME laissent entendre qu'elles profiteraient de la formation supplémentaire offerte localement ou régionalement. Dans tous les secteurs, les PME sont souvent des novices de l'exportation, manquant de l'expérience nécessaire dans le renseignement sur les marchés ainsi que de celle des normes culturelles, juridiques et administratives nécessaires à l'arrivée sur les marchés mondiaux et aux affaires à y brasser.

Bref, les PME cherchent des occasions de renforcer leur base d'exportation et d'accroître leur capacité d'exportation pour accéder aux marchés, tout en se préparant à profiter des liens commerciaux qu'elles possèdent à l'étranger.

Merci.

Le président: Merci.

Avez-vous dit que vous représentiez 1 000 petits fabricants?

M. Rakesh Naidu: Oui. Ils sont tous du secteur de la fabrication, et 90 % d'entre eux ont une vocation exportatrice. En gros, 900 exportent leurs produits en grande partie aux États-Unis et ailleurs.

Le président: Assez impressionnant. Quel est le nombre moyen d'employés dans ces entreprises?

M. Rakesh Naidu: C'est une excellente question. Je dirais environ 50 à 80.

Le président: D'accord. Merci.

Entendons maintenant Futurpreneur Canada.

Madame Young, soyez la bienvenue.

Mme Karen Greve Young (chef de la direction, Futurpreneur Canada): Merci beaucoup.

[Français]

Bonjour à tous.

Futurpreneur est la seule organisation canadienne sans but lucratif qui appuie de façon complète tous les propriétaires de petites entreprises qui commencent, particulièrement ceux de 18 à 39 ans.

Notre modèle unique en son genre, complet et éprouvé, offre aux entrepreneurs, avant qu'ils ne lancent leur entreprise, des outils, des ressources et le financement nécessaire, puis les conseils pour ensuite consolider leur réussite, après le lancement.

Depuis 1996, Futurpreneur a appuyé plus de 12 000 entrepreneurs, partout au Canada, contribuant ainsi à la création de plus de 10 000 entreprises et 50 000 emplois.

Ces jeunes entrepreneurs créent vraiment des entreprises partout au Canada, non seulement sur le plan géographique, mais, également, dans toute l'économie canadienne. Nous sommes présents dans un vaste ensemble de secteurs, notamment la vente de détail, l'agriculture, les soins de santé et les technologies, dans des communautés de toutes tailles, de Sydney, en Nouvelle-Écosse, à Port Alberni, en Colombie-Britannique, y compris aussi les jeunes entrepreneurs que nous appuyons dans chacune de vos circonscriptions, mesdames et messieurs.

Notre travail bénéficie du ferme appui du gouvernement du Canada, des provinces, de la Banque de développement du Canada, d'entreprises partenaires et de plus de 200 partenaires communautaires de partout dans notre pays.

Beaucoup d'entrepreneurs canadiens que nous avons appuyés ont réussi sur les marchés internationaux. Par exemple, Joanna Griffiths. Sa gamme de vêtements Knix a réinventé les dessous féminins. Fondée en 2013, Knix exporte aujourd'hui sa production dans plus de 85 pays du monde entier, notamment en Europe, en Afrique, en Amérique du Sud, au Moyen-Orient et en Asie, tout en caressant des plans pour poursuivre sa croissance.

Un autre exemple éloquent, Nicole Verkindt, fondatrice et directrice générale d'Offset Market Exchange, OMX. Il s'agit d'une plateforme d'acquisition qui permet de réaliser une analyse de l'impact économique des entreprises qui font partie de chaînes logistiques mondiales complexes, notamment de la défense, ici et à l'étranger, de l'aérospatiale, du pétrole et du gaz, des mines, de l'automobile et de la construction. Non seulement l'entreprise exporte-t-elle ses produits partout dans le monde, mais sa plateforme appuie les occasions dont peuvent profiter d'autres entreprises canadiennes pour prendre pied dans des marchés du monde entier.

Troisième exemple, l'aide de Futurpreneur aux jeunes qui aspirent à devenir propriétaires d'entreprises à acquérir des entreprises existantes dans le cadre de la planification de la relève de leurs dirigeants et qui les font croître jusqu'à ce qu'elles soient prêtes à se lancer dans l'exportation. Barbara McLean-Stollery a augmenté de plus de 1 500 % les revenus d'Executive Airways Grooming Services, de Calgary, depuis qu'elle a acheté cette entreprise de son ancien employeur, il y a 10 ans, alors qu'il prenait sa retraite. Barbara a fait partie de la délégation canadienne dirigée par Futurpreneur au sommet de l'Alliance des jeunes entrepreneurs du G20, en 2016, à Pékin, où elle a tissé des liens qui ont permis à son entreprise de s'implanter avec succès en Chine aujourd'hui.

Notre expérience de l'appui accordé à des entrepreneurs comme Joanna, Nicole et Barbara nous conduit à formuler trois recommandations à votre comité pour assurer aux jeunes entrepreneurs la réalisation de leur potentiel d'exportateur, au bénéfice de l'économie canadienne.

Notre première recommandation est d'augmenter la sensibilisation des groupes de jeunes aux accords commerciaux et aux services connexes.

Le gouvernement du Canada a déployé un effort acharné pour conclure des accords prometteurs pour les petites entreprises canadiennes, mais on nous parle souvent de jeunes entrepreneurs qui ne sont pas informés des promesses inhérentes à ces accords et ignorants des services importants que leur offre le service des délégués commerciaux.

Des outils et des guides électroniques, faciles à comprendre, enthousiasmants, qui mettent particulièrement en vedette de jeunes entrepreneurs parvenus à exporter leurs produits et présents sur les médias fréquentés par les Canadiens de moins de 40 ans contribueraient à les sensibiliser et à les préparer à recueillir ces promesses.

Notre deuxième recommandation est de s'attaquer aux obstacles réglementaires persistants dans les marchés d'exportation. On nous parle souvent des difficultés qu'affrontent les jeunes entrepreneurs mûrs pour l'exportation pour comprendre les règlements en vigueur à l'étranger et différents de ceux du Canada et s'y adapter, comme dans les domaines de la santé et de la sécurité.

Nous encourageons le gouvernement à continuer — parce que nous savons que les efforts existent — à travailler à une meilleure collaboration sur le plan réglementaire avec nos partenaires commerciaux pour réaliser le plein potentiel de nos accords commerciaux. Là où les obstacles persisteront, il sera utile au gouvernement de fournir aux entrepreneurs les ressources accessibles qui leur expliqueront les différences réglementaires qui existent entre différents marchés et à appuyer les entrepreneurs pour qu'ils s'y reconnaissent et vainquent ces difficultés.

● (1545)

Enfin, notre troisième recommandation est de faciliter la saisie des occasions offertes aux jeunes entrepreneurs sur la scène internationale. Membre fondateur de l'Alliance des jeunes entrepreneurs du G20, Futurpreneur a conclu un partenariat avec Affaires mondiales Canada pour aider les jeunes entrepreneurs à mieux saisir les occasions d'affaires qui s'offrent à eux dans les pays du G20, au sommet annuel de l'Alliance, grâce à des réseaux et à des liens entre les entreprises.

En tirant parti de cette alliance, nous constatons l'avantage de poursuivre l'inclusion des jeunes entrepreneurs dans les nombreuses missions commerciales du Canada visant les entreprises établies. Nous encourageons également le gouvernement à prendre en considération les missions commerciales autonomes axées sur les jeunes, dans des marchés clés, en plus du sommet annuel de l'alliance du G20.

Bref, grâce à nos vastes réseaux et à notre grande compétence, Futurpreneur peut être un partenaire de premier plan pour le gouvernement, en informant et en appuyant les jeunes entrepreneurs qui construisent les entreprises exportatrices de demain. Nous recommandons au Canada de sensibiliser davantage les jeunes aux accords commerciaux et aux services de communication axée sur les jeunes; de s'attaquer aux obstacles réglementaires persistants dans les marchés d'exportation et, enfin, de faciliter la saisie des occasions offertes sur la scène internationale aux jeunes entrepreneurs.

Merci de votre invitation à venir parler des idées que nous avons rassemblées au fil de deux décennies d'appui aux jeunes entrepreneurs, au Canada et dans le reste du monde.

Je vous remercie.

[Traduction]

Le président: Merci, madame Young.

Entendons maintenant M. Rémillard, de Startup Canada.

À vous la parole.

M. Richard Rémillard (premier dirigeant par intérim, Startup Canada): Merci beaucoup, monsieur le président.

Permettez-moi de me présenter et de vous présenter également les excuses de notre cofondatrice, Victoria Lennox. Elle aurait adoré être ici aujourd'hui, mais malheureusement, elle est très malade. Elle m'a donc demandé de la remplacer.

Je suis chef de la direction par intérim de Startup Canada. J'ai quitté le conseil d'administration il y a environ un mois pour occuper ce poste et veiller au bon fonctionnement de l'organisme tout en faisant les démarches nécessaires pour trouver un successeur permanent. Si vous connaissez une personne qualifiée, veuillez lui dire de communiquer avec moi, s'il vous plaît.

Cette annonce étant faite, je peux poursuivre mon exposé.

Nous faisons partie de l'écosystème entrepreneurial du Canada. Nous travaillons étroitement avec mon amie Karen, ici présente. Notre mandat consiste à intensifier la culture de l'entrepreneuriat au Canada — un point c'est tout.

Nous possédons trois atouts exceptionnels qui sont aussi très utiles. Tout d'abord, nous avons nos producteurs de programmation numérique de pointe. Deuxièmement, nous avons une communauté d'entreprises en démarrage — ce sont toutes des perles — qui sont aussi des organismes communautaires locaux intégrés dans leur écosystème partout au pays, de Vancouver à Whitehorse en passant par Halifax et bientôt St. John's, à Terre-Neuve. Troisièmement — et Victoria Lennox a fondé notre organisme il y a seulement six ans et demi —, nous avons une impressionnante présence numérique et nos balados, nos webémissions et nos séances de clavardage sur Twitter ont remporté plusieurs prix.

Notre travail est très simple: nous devons sensibiliser les gens — comme l'a dit mon amie Karen — à l'importance des exportations pour les PME canadiennes, les informer sur les outils et les ressources offertes et remettre les pendules à l'heure quant aux risques et aux coûts liés aux activités commerciales à l'extérieur des frontières du Canada.

Permettez-moi de vous parler un peu d'une initiative qui est en train de devenir l'un de nos événements phares. Le Défi canadien de l'exportation a été lancé en 2018 — il y a environ 10 ou 11 mois — en partenariat avec Exportation et développement Canada et UPS. Nous avons organisé une journée de programmes et d'activités de perfectionnement professionnel avec ces partenaires et d'autres intervenants dans sept ou huit villes du pays. Nous avons organisé un concours de présentations d'affaires. La personne gagnante, choisie parmi les exportateurs et les exportateurs potentiels, a été félicitée et a reçu un prix.

Nous proposons de faire la même chose — et nous sommes en train de le faire —, mais à plus grande échelle, tout en respectant le format général, et d'inclure un plus grand nombre de villes. Le Service des délégués commerciaux est devenu l'un de nos partenaires principaux et nous n'aurions pas pu y arriver sans son aide précieuse. Cet événement se tiendra donc un peu partout au pays en mai et en juin. Vous trouverez les détails — je ne peux pas tous vous les communiquer maintenant — sur notre site Web, startupcan.ca, dès jeudi prochain, en après-midi.

Notre expérience liée à l'organisation du Défi canadien de l'exportation nous a permis de faire quelques observations. Nous espérons attirer au moins 1 500 personnes dans des salles de conférence d'un bout à l'autre du pays pendant la tenue de cet événement avec nos partenaires, et jusqu'à 15 000 ou 17 000 participants en ligne. Nous pensons avoir réussi. Près de 98 % des participants de l'an dernier ont affirmé qu'ils étaient mieux préparés à l'exportation après avoir participé au programme. En effet, 75 % des participants sur place satisferaient aux critères de préparation à l'exportation d'EDC. Ce n'est pas négligeable, et 47 % d'entre eux étaient des entrepreneuses et des femmes propriétaires d'entreprises.

Idéalement, nous aimerions collaborer avec nos partenaires du Service des délégués commerciaux, d'Affaires mondiales, d'Exportation et développement Canada et du secteur privé — par exemple, UPS et d'autres, trop nombreux pour que je les mentionne —, afin de tenir cet événement deux fois par année, ce qui permettrait de réduire le plus possible l'écart entre la perception des PME selon laquelle les exportations sont difficiles, dispendieuses et frustrantes et la réalité. Cela nécessitera un effort soutenu.

● (1550)

La semaine dernière, j'ai participé à une réunion avec les représentants de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, l'OPIC. Ils participent aussi à cette initiative. Leurs données semblent indiquer que les gens qui ont cristallisé leur propriété intellectuelle sont quatre fois plus susceptibles d'exporter leurs produits. C'est la raison pour laquelle ils participeront au programme cette année.

Si vous me le permettez, j'aimerais faire un bref commentaire. Je ne saurais trop insister sur le fait que Victoria aurait réellement adoré être ici aujourd'hui, si sa santé le lui permettait. Elle est récemment allée, avec nos partenaires d'Affaires mondiales, en Israël, aux pays baltes et en Finlande. Elle m'a demandé de vous communiquer quelques leçons à retenir.

Tout d'abord, les délégations composées uniquement de femmes fonctionnent.

C'est drôle d'entendre cela de la part d'un homme, mais imaginez que je suis Victoria — et que je suis donc beaucoup plus jeune et beaucoup plus beau.

Elle a trouvé que les occasions de collaboration étaient beaucoup plus nombreuses que celles offertes aux délégations commerciales précédentes à l'étranger, qui étaient composées d'un mélange d'hommes et de femmes. C'est ce qu'elle a observé.

Deuxièmement — et cela vient de sa visite aux pays baltes et en Finlande —, il serait très intéressant d'élaborer, en collaboration avec des représentants du gouvernement, une liste de vérification des innovations des écosystèmes qui pourrait être utilisée par le Service des délégués commerciaux. En effet, il n'existe actuellement aucune liste de ce type. Nous aimerions animer des tables rondes numériques avec les systèmes d'innovation du Service des délégués commerciaux et leurs homologues canadiens.

Ce sont donc les points à retenir.

J'aimerais ajouter une dernière chose, car mon temps est presque écoulé. Vous avez été très généreux.

J'aimerais inviter toutes les personnes présentes à se joindre à nous le 20 mars, à l'édifice Sir-John A.-Macdonald, où nous célébrerons le Mois international de la femme au cours d'une réception qui se tiendra de 17 heures à 20 heures. Cette réception est organisée par le caucus multipartite des entrepreneurs.

Merci beaucoup. Je serai heureux de répondre à vos questions.

• (1555)

Le président: Merci, monsieur.

Tous nos vœux de prompt rétablissement à votre collègue, Mme Lennox.

M. Richard Rémillard: Merci. Je lui transmettrai le message.

Le président: Dans environ un mois, nous aurons terminé ce rapport et nous vous enverrons un exemplaire, à vous et à Mme Lennox.

Avant de passer aux questions, je demanderais à Mme Jobin, de la Chambre de commerce, de nous parler de son organisme et du nombre d'entreprises qu'il représente dans la région.

[Français]

Mme Audrey Jobin: Je représente la Chambre de commerce et d'industrie de Dolbeau-Mistassini.

Notre ville compte environ 15 000 habitants et est située dans une MRC de 25 000 habitants. On y trouve plus de petites entreprises que de moyennes et de grandes entreprises. Dans notre milieu, très peu de ces petites entreprises exportent à l'étranger et elles ont peu — ou pas — de leviers pour développer les marchés internationaux. Seules les grandes entreprises de la région, par exemple Résolu et Rio Tinto, peuvent le faire et ont les moyens de le faire.

Un peu comme le disait tout à l'heure mon collègue de la Chambre de commerce, il faudrait faciliter le développement des marchés et leur offrir des moyens propres à la petite entreprise. Il faudrait également leur donner les outils nécessaires à leurs démarches, comme il est possible de le faire pour les moyennes et les grandes entreprises.

Je vous remercie.

[Traduction]

Le président: Nous entendrons maintenant les questions des députés.

La parole est aux conservateurs pour la première série de questions.

Monsieur Carrie, vous avez la parole. Vous avez cinq minutes.

M. Colin Carrie (Oshawa, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

J'aimerais remercier les témoins d'être ici aujourd'hui dans le cadre de notre étude sur l'appui du gouvernement canadien au commerce international des petites et moyennes entreprises.

C'est une coïncidence, mais la semaine dernière, j'ai participé, à Oshawa, à une table ronde à laquelle j'avais invité des représentants d'entreprises. Nous avons aussi des représentants d'EDC et d'Affaires mondiales pour diffuser le message, car nous savons tous que la ville d'Oshawa a reçu de très mauvaises nouvelles récemment et que les gens sur le terrain veulent savoir ce qu'ils peuvent faire pour créer des emplois.

C'était fascinant de constater que de nombreux représentants d'entreprises n'avaient aucune idée. Nous avons ces accords de libre-échange, mais ils ne savent pas quoi faire. Ils vivent de la frustration, car des Américains proposent souvent à certains d'entre eux — surtout les fabricants — de déplacer leurs usines aux États-Unis.

Monsieur Naidu, je pense que vous parliez de la question de la compétitivité. C'est ce dont j'ai entendu parler à cette table ronde, et surtout du fait qu'on n'avait pas réussi à éliminer les tarifs sur l'acier et l'aluminium dans le cadre du nouvel ALENA. Il y a environ deux semaines, on a parlé de l'exemption aux dispositions « Buy American », c'est-à-dire les dispositions législatives privilégiant l'achat de biens américains, et du fait que le Canada avait perdu cette exemption, mais pas le Mexique. Cela soulève de grandes préoccupations au sujet de l'accès aux contrats américains. MEC demande la réciprocité des mesures et nous n'avons pas beaucoup entendu parler de ce que nous pouvons faire à cet égard.

J'aimerais demander à M. Naidu et peut-être à Audrey Jobin de nous donner leur avis sur ce que le gouvernement devrait faire, surtout en ce qui concerne cette exemption aux dispositions « Buy American » que nous venons tout juste de perdre, et sur les répercussions que cette situation aura sur la capacité d'exportation des petites et moyennes entreprises.

• (1600)

M. Rakesh Naidu: C'est un point très important. Comme je l'ai mentionné, notre région existe principalement parce que nous exportons — surtout aux États-Unis — une grande quantité de nos produits, qu'il s'agisse de fruits et légumes frais ou de produits fabriqués. En effet, de 85 à 90 % de ce que nous produisons ici est exporté.

Il est extrêmement important que nous soyons concurrentiels. Autrefois, nous réussissions bien, et ce, pour plusieurs raisons. L'une de ces raisons était notre avantage sur les États-Unis en matière d'impôt sur les sociétés. C'était un élément essentiel, et il était très important pour nous aider à demeurer concurrentiels.

De plus, en Ontario, les salaires étaient moins élevés qu'ils le sont aujourd'hui. C'était un autre avantage concurrentiel, mais nous l'avons maintenant perdu. La plupart du temps, le taux de change du dollar jouait en notre faveur, mais on ne peut pas vraiment se fier là-dessus. En effet, ce taux fluctue et nous ne pouvons pas vraiment prévoir cette fluctuation avec certitude.

Ensuite, comme vous l'avez souligné, ces dispositions législatives privilégiant l'achat de biens américains désavantagent réellement nos fabricants. Ensemble, tous ces facteurs contribuent à créer la situation problématique dans laquelle se retrouvent nos petites et moyennes entreprises.

Nous pensons réellement que nous devons travailler sur tous les fronts. Nous voulons veiller à être concurrentiels lorsqu'il s'agit de l'impôt sur les sociétés. Le gouvernement fédéral ne peut rien faire au sujet du salaire minimum, mais c'est un élément commun à toutes les petites et moyennes entreprises.

Nous devons également tenter de déterminer ce que nous pouvons faire pour aider les entreprises à vivre avec les dispositions législatives privilégiant l'achat de biens américains. Nous sommes de grands exportateurs, mais nous sommes également de grands importateurs. Cependant, nous ne profitons d'aucun traitement préférentiel sur nos importations de produits des États-Unis ou d'ailleurs. Actuellement, nos entreprises sont désavantagées, car même si nous importons des produits, notre région, qui est composée d'un grand nombre d'entreprises d'exportation, importe un grand nombre de produits pour les intégrer aux produits finis, qui sont ensuite exportés.

Nous sommes donc aussi des importateurs. Il n'y a aucun traitement préférentiel. Nous n'avons aucun obstacle. Par exemple, il n'existe aucune disposition législative privilégiant l'achat de biens canadiens qui aurait des répercussions sur les États-Unis, mais nous devons faire face à des restrictions sur la vente de nos produits sur le marché américain. Cela nous nuit certainement. Cela nuit à notre compétitivité et nous souhaitons certainement que le gouvernement examine de près cette situation pour tenter de trouver des solutions possibles.

M. Colin Carrie: Avez-vous des idées? Les participants à la table ronde à laquelle j'ai assisté, lorsque nous avons parlé des dispositions législatives privilégiant l'achat de biens américains — je crois qu'il reste seulement quelque 50 jours avant que nous perdions cette exemption — ont été extrêmement étonnés d'apprendre que notre gouvernement actuel, dans le cadre de la renégociation de l'ALENA, n'avait pas veillé à conserver cette exemption.

À titre d'information, au cas où vous ne le savez pas, le Mexique a conservé son exemption. Par conséquent, l'un de nos partenaires commerciaux, le Mexique, a maintenant un avantage comparativement à nous. Le gouvernement semble garder le silence sur cette question. Je me demande si vous pouvez donner quelques conseils au gouvernement, car dans les jours...

Le président: Je suis désolé, monsieur Carrie, mais votre temps est écoulé depuis longtemps. L'un de vos collègues pourra peut-être assurer le suivi de votre question avec les témoins.

La parole est maintenant aux libéraux.

Madame Ludwig, vous avez cinq minutes.

Mme Karen Ludwig (Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, Lib.): J'aimerais remercier les témoins de comparaître aujourd'hui.

Cette étude que nous avons entreprise est très importante. En effet, ces trois dernières années, on nous a constamment rappelé que les petites et moyennes entreprises avaient beaucoup de difficulté à avoir accès aux services d'exportation. Une grande partie de ces difficultés sont liées à la diffusion d'information, et un grand nombre d'entre vous en ont parlé aujourd'hui.

C'est un peu comme une fréquentation.

Aux témoins de Startup Canada et de Futurpreneur Canada: lorsque vous écoutiez le témoignage des représentants des chambres de commerce — et je pose la même question aux représentants des chambres de commerce qui ont écouté les deux autres témoignages —, avez-vous vu des possibilités de rassembler dans une même initiative l'expertise que vous avez tous mentionnée ici aujourd'hui?

Mme Karen Greve Young: La bonne nouvelle, c'est que nous collaborons ces temps-ci.

En effet, Startup Canada, comme vous l'a dit Richard, et Futurpreneur sont présentes dans les collectivités d'un bout à l'autre du pays. Nous avons des gens sur le terrain dans 16 différentes collectivités du pays. Nous travaillons avec des collectivités de toutes tailles et nous établissons des partenariats étroits avec les chambres de commerce.

Pour vous donner un exemple récent, j'ai prononcé une allocution devant la Chambre de commerce de l'Ontario pour parler de l'importance d'aider les travailleurs qualifiés à obtenir des emplois durables et intéressants.

Nous sommes membres et nous participons à des chambres de partout au pays. Les jeunes entrepreneurs que nous appuyons deviennent, au bout du compte, membres de ces chambres de commerce de diverses tailles. Leur degré de participation dépend de leur secteur d'activité.

Pour revenir sur la dernière question, un thème qui revient chez tous les entrepreneurs, surtout chez les jeunes entrepreneurs, c'est qu'ils ne se limitent pas aux États-Unis.

• (1605)

Mme Karen Ludwig: D'accord.

Mme Karen Greve Young: Ils accordent au moins autant d'importance à l'AECG qu'au nouvel ALENA. En effet, environ la moitié de leurs exportations sont envoyées aux États-Unis, mais le reste est envoyé ailleurs dans le monde.

Mme Karen Ludwig: Madame Young, si vous me le permettez, j'aimerais revenir sur la façon dont vous communiquez avec vos membres, car vous avez parlé des médias pertinents pour les gens de moins de 40 ans.

Manifestement, je ne suis pas âgée de moins de 40 ans.

Mme Karen Greve Young: Moi non plus.

Mme Karen Ludwig: Pourriez-vous nous donner quelques exemples de médias pertinents pour les gens de moins de 40 ans?

Mme Karen Greve Young: Certainement.

Il s'agit surtout de vidéos et d'Instagram. Ils ne sont pas sur Twitter; vous êtes sur Twitter. Je suis aussi sur Twitter, où je vous parle et où je parle à d'autres professionnels qui ont plus d'expérience, mais les jeunes sont sur des plateformes sur lesquelles ils peuvent interagir par vidéo et par images, car l'histoire racontée est au centre de leur expérience.

Ils doivent pouvoir se reconnaître dans ces histoires. L'expérience nous a appris — nous mettons nos initiatives à l'essai — que c'est particulièrement vrai pour les entrepreneuses et pour les immigrants entrepreneurs — en général, les entrepreneurs qui ne sont pas de race blanche.

C'est vrai qu'ils sont plus susceptibles de réagir lorsqu'ils voient une personne qui leur ressemble, car le produit semble s'adresser à eux. C'est la raison pour laquelle, selon moi, l'histoire est importante. Les intervenants du secteur de la fabrication entendront des histoires sur la fabrication et sur les répercussions de l'ALENA, et cela les touchera de près. Les gens pour qui ces leçons sont pertinentes, mais qui ne se voient pas dans le discours principal, ne pensent pas que ces leçons les concernent.

Nous voyons donc souvent ces choses.

Mme Karen Ludwig: C'est une leçon très importante.

Lorsque j'étais enseignante, j'utilisais souvent la phrase « Vous ne pouvez pas être ce que vous ne pouvez pas voir » — et je l'utilise encore aujourd'hui.

Mme Karen Greve Young: Exactement.

Mme Karen Ludwig: Il s'ensuit que les modèles et le mentorat que certains d'entre vous ont mentionnés ici aujourd'hui sont des éléments extrêmement importants.

J'aimerais entendre l'avis des représentants des chambres de commerce à cet égard. Des femmes ont parlé des défis liés à l'accès au financement de la dette et au mentorat. En effet, les femmes ont tendance à diriger des entreprises qui sont habituellement — pas tout le temps, mais habituellement — assez petites. Par conséquent, il y a peu d'occasions de faire du réseautage.

Monsieur Naidu, comment aidez-vous vos membres à accroître les possibilités de réseautage, de mentorat et de financement d'immobilisations?

Le président: Monsieur Naidu, veuillez répondre brièvement.

M. Rakesh Naidu: Vous avez souligné que c'est vraiment un enjeu ici. Je dirais que ce ne sont pas nécessairement uniquement les femmes qui sont concernées. En effet, c'est vrai aussi pour presque tous les jeunes entrepreneurs, tous ceux qui passent par le système. Nous avons un groupe d'entrepreneuses qui est affilié avec la Chambre de commerce. Les entrepreneuses qui ont réussi servent de mentors. De plus, des lauréates du prix Athena ont formé une alliance avec la Chambre de commerce, afin d'utiliser leur expérience pour aider les entreprises en démarrage et leur donner des conseils.

Je devrais préciser que l'accès aux fonds — qu'il s'agisse d'entrepreneuses, d'entreprises en démarrage ou de petites entreprises — est certainement un défi. Dans la question précédente, on nous demandait si nous voyons une possibilité de partenariat entre Startup Canada ou Futurpreneur Canada et la Chambre de commerce. Oui, nous pensons qu'une telle possibilité existe.

Toutefois, il est très difficile, pour les entreprises en démarrage et celles qui franchissent les premières étapes, de trouver des possibilités de financement, et c'est encore plus difficile de recevoir du financement et d'avoir accès à des programmes par l'entremise d'EDC ou de la BDC, car le seuil d'accès à ces programmes est très élevé. De plus, ces programmes exigent au minimum trois ans d'états financiers, un certain niveau de rentabilité et un certain niveau d'investissement et de garantie qui peut devenir très difficile à atteindre pour les petites entreprises.

Le président: Merci.

C'est maintenant au tour du NPD. Madame Ramsey, vous avez la parole.

• (1610)

Mme Tracey Ramsey: Bonjour à tous. Merci beaucoup de votre présence.

Il est bon d'entendre une grande diversité de voix concernant les jeunes entrepreneurs, les femmes et les chambres de commerce locales.

Je vais poser ma première question à M. Naidu. Je suis ravie de vous voir, Rakesh; vous avez à Windsor—Essex une merveilleuse chambre de commerce très dynamique. Je sais à quel point nous avons du succès et continuerons d'en avoir avec vous comme nouveau président.

Je veux parler de la communication, car je pense que la façon dont nous communiquons avec nos membres est au cœur de ce dont nous

discutons — la façon dont nos membres souhaitent qu'on communique avec eux, autant quand les choses vont bien et qu'ils recherchent des débouchés que quand les temps sont difficiles.

À Windsor—Essex et dans le sud-ouest de l'Ontario, les droits de douane sur l'acier et l'aluminium ont produit sur nous des effets dévastateurs. Nous savons maintenant qu'une décision relative à l'article 232 est attendue du président des États-Unis concernant les droits de douane sur les automobiles. Nous ne savons pas encore quelle sera cette décision, mais nous savons qu'elle pourrait causer des dommages considérables.

La question est vraiment celle de la communication à ces deux niveaux. Ce que j'entends, c'est que de nombreux groupes — et nous avons entendu d'autres témoins nous parler des PME — font des choses formidables en vase clos. Il est bon que vous travailliez ensemble et que nous soyons mis au courant d'un partenariat, mais j'aimerais vraiment que vous me parliez d'une façon dont nous pourrions simplifier cela de sorte que nous ayons un programme à l'échelle du pays pour quiconque cherche cette information sans réussir à la trouver.

Donc, quelle allure devrait prendre cette formation à l'exportation, et comment faudrait-il la financer et l'offrir?

M. Rakesh Naidu: Tracey, vous savez qu'il y a dans la région beaucoup de petites entreprises et qu'elles souhaitent exporter sur les marchés américains. Nous sommes donc toujours prêts à explorer les occasions d'exporter grâce à des programmes et à d'autres formes d'aide que nous pouvons obtenir.

Cela étant dit, je vais vous donner un exemple. Il y a dans notre région une entreprise qui fabrique une marque vraiment bien connue de sauces utilisées dans de nombreux produits différents. La valeur de la marque de cette entreprise est excellente, et ils ont l'intention d'exporter cela vers des pays du Moyen-Orient, ainsi qu'en Europe, en particulier maintenant que nous avons l'AECG. Ils pensaient vraiment pouvoir le faire.

Ils ont donc commencé à s'enquérir des débouchés, mais tirer parti des programmes posait des difficultés. L'une de ces difficultés, c'est que l'information sur ces programmes n'est pas facile d'accès. Je pense qu'un des intervenants précédents a dit qu'il est même difficile de comprendre les types d'accords commerciaux internationaux qui existent, la façon de s'en prévaloir, les bienfaits de ces accords de libre-échange, les règles et règlements qu'il faut respecter et la façon d'accéder au marché étranger en question. Je crois qu'il y a un profond fossé entre les programmes qui existent aujourd'hui et l'information qui peut être mise à la disposition des petites et moyennes entreprises.

Pour en revenir à cette entreprise, exporter au Moyen-Orient et en Europe représentait un défi de taille parce qu'ils n'avaient pas le capital nécessaire pour expédier la quantité minimale de commandes requises vers le marché européen ou le Moyen-Orient. Donc, l'accès au capital était un défi de taille, et une fois qu'ils ont été prêts...

Le président: Pardonnez-moi, monsieur. Si vous me le permettez, je crois que Mme Jobin aimerait dire quelques mots à ce sujet également. Je vous saurais gré de lui céder la parole.

Nous vous écoutons, madame.

[Français]

Mme Audrey Jobin: Comme je le disais plus tôt, nous faisons très peu d'importations et d'exportations.

Notre communauté est composée de petites entreprises. Nos réalités, ici, sont plutôt locales, régionales et provinciales. Certaines de ces petites entreprises ont tenté de faire des percées sur les marchés européens. Cependant, la pénurie de main-d'œuvre actuelle dans notre milieu fait que nos entreprises ont de la difficulté à trouver du temps pour développer d'autres marchés puisqu'elles doivent se concentrer sur pallier le manque de main-d'œuvre.

Un peu comme je l'ai entendu tout à l'heure, nous manquons de ressources disponibles. Il n'y a pas de représentant de Développement économique Canada qui vient soutenir nos entreprises en leur offrant des programmes. Nous sommes souvent à la recherche de ces ressources et de ces outils. Il serait bien de pouvoir compter sur ces outils et qu'ils soient plus accessibles.

• (1615)

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup. Votre temps est écoulé, madame Ramsey.

C'est maintenant au tour de M. Sheehan. Vous avez cinq minutes.

M. Terry Sheehan (Sault Ste. Marie, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Pour commencer, j'aimerais qu'on me parle de certains des programmes de mentorat qui ont été annoncés dans le mini-budget. Je vais m'adresser à Futurpreneur Canada et à Startup Canada. Autrefois, je gérais un centre d'entreprise, et le type qui travaillait pour moi, Nevin Buconjic, est maintenant à la tête de Future Canada.

Dans l'énoncé économique de l'automne, ils ont annoncé un montant de 13,5 millions de dollars pour un programme de mentorat visant à jumeler de nouveaux entrepreneurs avec des personnes très expérimentées dans le domaine de l'exportation. Nombreux sont ceux qui ont souligné que le gouvernement du Canada ne consacre vraiment pas beaucoup d'argent à l'exportation. C'est il y a 15 ans qu'on a pour la dernière fois consacré des sommes importantes à des missions commerciales intérieures et extérieures, par l'intermédiaire de FedNor et d'organismes de développement économique régional, avec la participation constante des chambres de commerce et de groupes comme les vôtres.

J'aimerais entendre ce que vous avez à dire sur le programme de mentorat qui a été annoncé, Richard, et ensuite Karen.

M. Richard Rémillard: Plusieurs choses me viennent à l'esprit, et j'espère en même temps répondre à certaines des questions antérieures de vos collègues sans prendre trop de temps. Je pense qu'il est temps que tout le monde s'y mette. Le monde devient un endroit très dangereux. Des obstacles se dressent. Il commence à se produire des choses très négatives à l'échelle internationale. Sans dire qu'il n'est pas possible de simplifier les choses, soulignons que chacun de nous occupe une petite place dans l'écosystème de l'innovation. Dans notre cas ce n'est pas particulièrement Futurpreneur. Nous versons des microsubventions, et je pense que Karen consent des prêts...

Mme Karen Greve Young: Des prêts, entre autres choses.

M. Richard Rémillard: ... à un plus haut niveau. Dans notre cas, c'est très peu et ce ne sont que des subventions.

Il y a d'autres différences. Comme ma présence en fait foi, nos membres ne se limitent pas au groupe des 18 à 39 ans — c'est nettement plus. De nombreuses parties peuvent donc jouer un rôle dans cet écosystème. Le monde est devenu si difficile qu'il faut une mobilisation générale.

Je préciserais, pour répondre aussi à votre question, que ce qui semble ressortir le plus, d'après notre propre expérience, c'est que les personnes qui sont présentes à nos événements, les personnes qui participent aux balados Thrive et aux webémissions — tout ce qui se trouve sur les réseaux sociaux — aiment entendre parler d'autres entrepreneurs. Quand je regarde notre Défi canadien de l'exportation, qui a eu lieu l'année dernière, en 2018, et qui se répétera cette année en mai ou en juin, nous commençons la journée par un groupe d'entrepreneurs qui expliquent la façon dont ils exportent, qui décrivent leur entreprise, qui parlent des obstacles qu'ils ont rencontrés et qui soulignent les choses à surveiller. La crédibilité de cela est immédiate, et les gens le confirment et trouvent que c'est formidable.

Puis nous passons aux exposés d'entreprises comme UPS — Expédiez-vous un colis? Comment l'envoyer à New York? Que devez-vous faire? —, ainsi que EDC et le Service des délégués commerciaux du Canada. À mon humble avis, il faut un mélange ou un partenariat public-privé. Je sais que c'est un terme lourd de sens, mais il faut une entreprise public-privé pour réussir et pour passer le message de sorte que les gens soient mieux informés.

Je ne sais pas si cela répond à votre question.

M. Terry Sheehan: Ce sont de bonnes observations.

Karen, nous aimerions vous entendre aussi.

Mme Karen Greve Young: Absolument.

Nous voyons l'entrepreneuriat et l'innovation comme un sport d'équipe. C'est vraiment le cas. Nous voulons réunir le plus possible d'éléments pertinents à ces petites entreprises afin de les aider à réussir.

Dans notre cas, notre programme de mentorat mise sur un réseau de 3 000 mentors à l'échelle du pays. Ce sont des entrepreneurs, des chefs d'entreprise et des propriétaires d'entreprise expérimentés qui peuvent aider d'autres entrepreneurs, en particulier pendant les premières années. Je pense que le programme dont vous parliez s'adresse plutôt à ceux qui ont décidé de faire de l'exportation et qui en ont fait leur prochaine priorité. Ils apprennent de quelqu'un qui possède cette expérience de l'exportation.

• (1620)

M. Terry Sheehan: Oui.

Mme Karen Greve Young: Ce qui est essentiel pour nous, c'est une sorte d'entrepreneuriat de type « Équipe Canada » qui offre le bon type de mentorat et les bons types de ressources à la bonne étape.

La question des communications a été soulevée. Innovation Canada a un excellent site Web. Les ressources s'y trouvent. Nous devons aider les entrepreneurs à y trouver les éléments qui s'appliquent à eux. C'est de là que viennent les communications convaincantes et les conseils convaincants: d'organisations comme Startup Canada qui est partout au pays et qui a une présence numérique énorme, et Futurpreneur qui s'associe avec les entrepreneurs qui commencent en leur offrant du financement par prêt et du mentorat. Ils reçoivent l'appui de notre programme, et ce sont 40 % de femmes, en passant. De plus, nous avons le Regional Innovation Network en Alberta et les centres régionaux d'innovation en Ontario. Nous avons ce lien, et ce programme en est un élément important. Ce qui est crucial, c'est de rassembler toutes les pièces du casse-tête.

Le président: Merci beaucoup.

C'est tout pour notre premier tour, et les choses se déroulent très bien.

Il semble que nous ayons du temps pour un deuxième tour, et chacun aura la chance de discuter avec nos témoins.

Le Parti libéral va amorcer le deuxième tour.

Monsieur Hébert, c'est à vous.

[Français]

M. Richard Hébert: Merci, monsieur le président.

Je remercie tous les témoins qui ont livré leur témoignage. C'était très intéressant.

Ma question s'adresse à vous, madame Jobin. Je vous remercie de vous être prêtée à cet exercice, qui n'est pas toujours évident surtout lorsqu'on n'en a pas vraiment l'habitude.

Tout à l'heure, vous avez parlé de la ville de Dolbeau-Mistassini, que je connais bien, une ville de 15 000 personnes dans une MRC de 25 000 personnes. Vous avez donné des exemples, comme la SADC, qui font partie du milieu. Vous avez aussi souligné le fait que DEC était moins présent dans la région immédiate de Dolbeau-Mistassini. J

Selon vous, de manière générale, quelle est la première barrière à franchir lorsque les entreprises de chez vous veulent exporter leurs produits sur les marchés étrangers?

Mme Audrey Jobin: Je n'ai pas vraiment d'expérience proprement dite avec une entreprise en particulier. Cependant, je crois que les ressources financières sont probablement une barrière, ainsi que le temps qui doit être investi. Évidemment, je ne connais pas les programmes particuliers d'aide à l'exportation, mais je crois que les facteurs temps et argent, ainsi que le soutien à ces entreprises viennent jouer un rôle au chapitre de l'exportation pour les entreprises d'ici.

M. Richard Hébert: Vous savez que nous avons mis en place un site Web qui s'appelle « Innovation.Canada.ca » qui peut sûrement aider les petites entreprises de votre chambre de commerce à exporter davantage.

Ma prochaine question s'adresse à M. Naidu.

Je veux parler des services qui sont offerts de manière concrète par le gouvernement du Canada et qui vous aident à exporter ou à intensifier les mesures d'exportation. Avez-vous des exemples précis, monsieur Naidu, de petites entreprises qui ont bénéficié de l'aide de notre gouvernement dans votre région?

[Traduction]

M. Rakesh Naidu: Nous avons, dans notre région, de petites entreprises qui ont réussi, mais elles ne sont pas vraiment petites. Ce sont probablement de moyennes entreprises. Comme je l'ai dit, il est très difficile pour les petites entreprises d'avoir accès aux services et aux programmes, principalement à cause des montants limites qui sont imposés la plupart du temps. Je sais qu'il y a de moyennes entreprises dans la région qui ont profité des services et des programmes.

[Français]

M. Richard Hébert: Ma question s'adresse à Mme Jobin.

Tout à l'heure, je vous disais qu'il y a des services offerts par notre ministère. Croyez-vous que les entreprises qui sont membres de la Chambre de commerce sont au courant de tous ces programmes, que ce soit la BDC ou Exportation et développement Canada? Il me semble qu'il y a un manque d'information.

Seriez-vous en mesure de nous dire si les membres de votre chambre de commerce sont au courant des services qui sont offerts par notre ministère?

Mme Audrey Jobin: Je crois qu'ils ne le sont jamais assez. Le rôle de la Chambre de commerce est d'être une courroie de transmission. Je crois également qu'il est de notre devoir de fournir à nos membres les outils dont ils pourraient se servir, d'établir des contacts entre les organismes existants et de tenir des activités qui leur permettent de se prévaloir des services offerts par votre gouvernement, sous différentes formes dans les différents ministères.

C'est notre rôle de les informer. Ce sera à eux, par la suite, de faire les démarches requises.

● (1625)

M. Richard Hébert: Je vous remercie.

[Traduction]

Le président: C'est maintenant autour des conservateurs, pour cinq minutes.

Monsieur Allison, c'est à vous.

M. Dean Allison (Niagara-Ouest, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci à nos témoins de leur présence. J'adore avoir des nouvelles des chambres de commerce, et je suis un grand admirateur de Startup Canada et de Futurpreneur. Je vous remercie du travail que vous faites.

Je ne poserai qu'une question, et je vais vous laisser y répondre tous les deux. En ce qui concerne ce que vous offrez, vos services — Karen, vous avez mentionné cela précédemment —, vous offrez de l'argent, du mentorat et ainsi de suite. Je ne sais pas si c'était 5 000 \$ ou un maximum de 50 000 \$. Ce n'est pas que vous offriez cela, mais que vous y aviez accès au moyen de divers programmes de la BDC ou autre, peu importe.

Deuxièmement, en ce qui concerne le mentorat, les représentants de la Chambre de commerce du Grand Vancouver et de la Chambre de commerce de la région de Toronto sont venus témoigner et nous ont parlé du Programme d'accélération du commerce international, ou PAC, qui est une bonne chose.

Vous avez parlé de mentorat. Richard, vous faites également du mentorat. Parlez-moi des choses que vous faites pour aider les entrepreneurs à relier les points. Vous avez consacré un peu de temps à parler de cela dans votre exposé. J'aimerais que vous nous parliez un peu plus de la façon dont vous facilitez ces relations qui sont essentielles pour aider vos entreprises en démarrage. Vous avez diverses choses à cette fin. Vous essayez de faire en sorte que les entreprises aient du succès et soient autonomes. L'exportation n'est pas toujours la première chose à laquelle vous pensez, mais de toute évidence, cela fait partie des possibilités d'avenir pour les petites entreprises.

Karen, allez-y en premier, puis nous entendrons Richard.

Richard, saluez Victoria pour moi. Nous sommes déçus de ne pas la voir aujourd'hui, mais dites-lui que Dean Allison la salue.

M. Richard Rémillard: Je vais lui transmettre vos salutations.

Mme Karen Greve Young: Je crois que nous sommes effectivement des cousins complémentaires dans cet écosystème.

Futurpreneur consent un financement sous forme de prêt sans garantie d'un maximum de 15 000 \$. Nous sommes la seule organisation au Canada à consentir des prêts au nom de la BDC. Si un entrepreneur est admissible à un prêt maximum de 15 000 \$ de Futurpreneur, il est automatiquement admissible à un montant maximum de 30 000 \$ de la BDC. L'enveloppe peut donc atteindre 45 000 \$, et le taux d'intérêt est plutôt faible, mais c'est un prêt sans garantie consenti en fonction du profil de l'emprunteur.

Nous nous associons aussi avec des organismes du Programme de développement des collectivités de partout au pays pour les entrepreneurs qui recherchent davantage de soutien.

Quant au financement, il n'est pas dilué, ce qui est important pour ces entrepreneurs. Aucune garantie n'est demandée, et le financement est donc accessible aux entrepreneurs qui sont plus jeunes, qui commencent tôt ou qui n'ont pas les actifs nécessaires pour garantir un emprunt, peu importe la raison. Souvent, à cette étape initiale cruciale, nous sommes la seule source de financement. Dans le cas de Knix, une entreprise de 35 millions de dollars, nous avons été la seule source de financement. Dans certains cas, nous aidons une entreprise pour son premier cycle de paie, avant son financement de série A.

Pour le mentorat, nous avons notre réseau de mentors. Nous les utilisons d'une façon très précise. Nous jumelons un entrepreneur avec un mentor qui va l'aider, au cours de ses deux premières années, à éviter en particulier toutes les embûches qu'il risque de rencontrer. Quand des entreprises échouent, c'est souvent à la fin de la deuxième année. C'est le début. Il s'agit d'un mentorat d'affaires plutôt général, et nous pouvons ensuite jumeler ces entrepreneurs à d'autres ressources.

Nous avons des programmes plus avancés, comme un accélérateur de croissance pour les entrepreneurs de partout au pays qui en sont à cette étape de croissance. D'autres organisations font la même chose à une plus grande échelle. Je nous vois comme l'étape de l'équipe de hockey junior ou de l'équipe de basketball de niveau secondaire. Nous aidons les gens à se lancer en affaires et à réussir leur lancement.

M. Dean Allison: Merci.

M. Richard Rémillard: Nous avons un très petit programme de microsubventions qui sont distribuées au moyen de deux réseaux. Dans un cas, le maximum est de 2 500 \$; dans l'autre, il est de 5 000 \$. C'est une très petite partie de ce que nous faisons.

Je reviens sur ce que j'ai dit précédemment à propos de nos importants actifs. La première chose, c'est que nous avons des communautés d'entreprise en démarrage en quelque 50 endroits à l'échelle du pays. Elles s'occupent de leurs propres affaires et interagissent avec d'autres parties de l'écosystème, par exemple, les chambres de commerce. Je ne peux pas vous dire quelle ville interagit avec quelle chambre, mais elles sont souvent intégrées dans des incubateurs–accélérateurs comme ce que nous avons dans l'Ouest, à Edmonton et Calgary. Elles sont dirigées par des entrepreneurs bénévoles. Nous croyons que cela leur donne une certaine crédibilité dans l'écosystème et auprès de notre groupe cible, soit les entrepreneurs et les personnes qui aimeraient être des entrepreneurs et qui veulent avoir une idée de ce que sera leur cheminement.

Deuxièmement — et je trouve que c'est important —, nous avons en fait un ensemble de programmes numériques très robustes qui nous servent à présenter des entrepreneurs dont le succès est bien connu du public, des personnes comme Randy Cass, de Nest Wealth, un robot-conseiller, une nouvelle entreprise de technologie dans

l'espace... les défis qui se présentent dans le système financier du Canada. Anthony Lacavera est un autre exemple. Il a déjà siégé au conseil de Startup Canada, et il est un entrepreneur d'expérience ayant remporté de très nombreux succès.

• (1630)

Le président: Merci, monsieur.

Je dois vous arrêter là. C'était une excellente question et une excellente discussion, mais M. Allison a nettement dépassé le temps qui lui était attribué.

C'est au tour des libéraux.

Monsieur Fonseca, vous avez cinq minutes.

M. Peter Fonseca (Mississauga-Est—Cooksville, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je vais poursuivre dans la même veine que M. Allison, concernant les prêts et les subventions.

Karen, où vont la plupart de ces prêts? Est-ce qu'ils servent pour tous les éléments de l'entreprise, la paie ou l'équipement? Est-ce qu'ils servent à bâtir l'équipe de ventes? À quoi servent ces prêts?

Mme Karen Greve Young: Cela dépend vraiment de l'entreprise et du secteur. C'est leur première année, n'est-ce pas? Le prêt est consenti dans l'année suivant le lancement de l'entreprise, alors il répond aux besoins de l'entreprise à ses débuts. Par exemple, si c'est une entreprise qui a pignon sur la rue principale, comme un restaurant, le prêt servira vraisemblablement au paiement du loyer. Si c'est un fabricant de logiciels, le prêt servira vraisemblablement à la paie.

Je vous signale également que certains groupes, pour des raisons culturelles ou autres, sont réfractaires au financement par prêt. Nous avons donc créé des programmes offrant de petites subventions. Par exemple, notre programme Thrivenorth, dans le Nord de la Colombie-Britannique, s'adresse aux entrepreneurs ruraux et autochtones des régions nordiques. Ils ont l'option d'un prêt de 15 000 \$. Ils ont également l'option d'une subvention de 1 500 \$, ce qui peut être très important dans une petite collectivité.

M. Peter Fonseca: Richard, est-ce que ce serait la même chose avec les subventions?

M. Richard Rémillard: Encore une fois, il s'agit de microsubventions, assez petites et en nombre limité. Nous arrangeons normalement un partenariat avec un acteur du secteur privé qui fournira le capital nécessaire. Nous l'avons fait avec des personnes du secteur financier. Il y en a un autre qui s'en vient cette année.

M. Peter Fonseca: Merci.

Karen, vous avez mentionné que chez nombre de vos membres, le pourcentage des exportations en Amérique du Nord par rapport aux exportations à l'extérieur de l'Amérique du Nord serait à peu près le même. A-t-on averti les membres de les préparer en prévision de la mise en oeuvre de l'Accord économique et commercial global pour qu'ils puissent en tirer parti?

Mme Karen Greve Young: Dans certains cas, oui.

Je devrais clarifier que Futurpreneur Canada n'a pas de données sûres à ce sujet. Je le dis en me fondant sur mon expérience passée avec le Centre MaRS.

M. Peter Fonseca: D'accord.

Mme Karen Greve Young: Je pense que, dans les faits, certains d'entre eux ont été avertis. Un excellent exemple du Québec est une société du nom de Wilder Harrier, qui produit de la nourriture pour animaux sans viande et qui a commencé à exporter vers l'Europe pas mal dès que l'Accord économique et commercial global a été signé, en particulier vers la France. Nous avons essayé de les aider à accéder à ces renseignements. De façon réaliste, les sociétés qui y ont accès maintenant sont celles qui savent comment le chercher. Je pense que nous avons l'occasion de rendre une plus grande partie de cette information plus accessible aux entreprises qui ont des possibilités d'exportation et qui ne se rendent pas compte qu'elles devraient profiter de l'Accord économique et commercial global et d'autres débouchés. Elles ne sont pas conscientes du fait que cela pourrait leur ouvrir des portes.

• (1635)

M. Peter Fonseca: Expliquez-nous comment fonctionne le Service des délégués commerciaux en France. Comment ont-ils ouvert ce réseau de distribution, de marketing et de vente?

Mme Karen Greve Young: Je vous avouerais que je ne connais pas les détails précis. Nous appuyons environ 1 000 entrepreneurs qui obtiennent du nouveau financement chaque année. J'ai rencontré les membres de l'équipe de Wilder Harrier, et je sais que l'Europe est devenue un important nouveau marché pour eux, mais je ne connais pas bien les mécanismes.

Je me ferais un plaisir d'organiser une discussion avec eux.

M. Peter Fonseca: Richard, vous servez-vous de la baladodiffusion/webdiffusion pour expliquer aux gens les études de cas? Est-ce ainsi que cela fonctionnerait?

M. Richard Rémillard: Tout à fait. Il s'agit de mentorat d'un côté, du numérique; et de perfectionnement professionnel de l'autre, soit l'apprentissage de ce dont vous avez besoin pour réussir. C'est l'idée.

M. Peter Fonseca: D'accord. Merci.

Le président: Nous allons maintenant passer aux conservateurs. Monsieur Hoback, vous avez cinq minutes.

M. Randy Hoback (Prince Albert, PCC): Merci, monsieur le président.

Je tiens à remercier tous les témoins d'être venus cet après-midi. C'est un plaisir de vous voir tous.

Je suis ravi que vous mentionniez le Service des délégués commerciaux. Chaque fois que je voyage, j'essaie d'arrêter à notre ambassade ou à notre délégation commerciale locale pour discuter avec le personnel et avoir une idée de ce qui se passe dans ces marchés. Je sais par exemple que le personnel au Japon accomplit un travail remarquable.

Je suis curieux. Il me semble qu'il y a maintenant beaucoup de groupes différents qui font la même chose. Nous avons vos deux groupes ici. J'étais récemment à Vancouver où je me suis adressé aux membres de la Greater Vancouver Board of Trade. Ils font quelque chose de très semblable et ils font tous du bon travail dans le contexte du Saskatchewan Trade & Export Partnership.

Mais cela porte à confusion si vous êtes entrepreneur. Où allez-vous? Qui devriez-vous voir? Y a-t-il moyen de rationaliser le processus et en accroître l'efficacité? Pouvons-nous faire quelque chose?

M. Richard Rémillard: Premièrement, en principe, il y a toujours des choses qu'on peut faire pour rationaliser ses opérations et en accroître l'efficacité — point à la ligne.

Ensuite, je pense que nous devons tenir compte des différents publics que nous ciblons. Comme je l'ai peut-être mentionné plus tôt, nous avons un public cible qui va au-delà de la catégorie des 18 à 39 ans. Même si nous sommes compétents sur le plan technologique, nombre de nos entrepreneurs et de ceux qui s'inscrivent pour participer à des événements, qui se branchent pour écouter les baladodiffusions de Thrive, ne sont pas nécessairement axés sur la technologie. C'est vraiment assez général...

M. Randy Hoback: En gros, vous dites qu'en raison des secteurs ou des personnes que vous représentez, cela donne le sens...

M. Richard Rémillard: C'est exact. Il faut lancer les spaghettis sur le mur et espérer qu'ils en touchent différentes parties.

M. Randy Hoback: Karen, qu'en pensez-vous?

Mme Karen Greve Young: Oui, j'aimerais ajouter que la très bonne nouvelle est que nous nous parlons entre nous. Cela fait environ huit ans que je suis dans cet espace au Canada; avant, j'étais dans la région de la baie en Californie et au Royaume-Uni.

Il y a huit ans, les différents joueurs ne se parlaient pas vraiment entre eux. On avait l'impression qu'il y avait plus de compétition que de collaboration. Nous savons, encore une fois, qu'il s'agit d'un sport d'équipe. Nous devons tous jouer nos rôles et nous nous complétons vraiment tous les uns les autres. Si vous cherchez quelqu'un pour informer des dizaines de milliers d'entrepreneurs canadiens, vous ferez appel à Startup Canada. Si vous cherchez quelqu'un pour rejoindre les entreprises en démarrage, si vous cherchez des ressources particulières dans chaque collectivité au Canada, vous vous adresserez à nous.

Nous sommes semblables à Startup Canada. Nous sommes plus conventionnels et technologiques. Ensuite, il y a des organisations qui sont vraiment technologiques, tandis que d'autres sont technologiques, mais axées sur l'intelligence artificielle.

Je pense que cela semble plus porter à confusion vu de l'extérieur. Je pense que pour les entrepreneurs qui commencent, cela semble déroutant. Je crois que nous aidons de mieux en mieux les entrepreneurs à accéder à d'autres ressources. Nous essayons.

M. Randy Hoback: Alors vous n'avez pas peur de vous en remettre l'un à l'autre et de dire, eh, c'est...

Mme Karen Greve Young: Non seulement nous n'avons pas peur, mais aucun d'entre nous ne peut offrir de services à toutes les personnes qui viennent frapper à sa porte. Pour chaque entrepreneur à qui nous offrons du financement ou du mentorat, nous recevons deux demandes et demie. Nous aiguillons vers d'autres ressources les personnes à qui nous ne pouvons pas offrir de services.

M. Randy Hoback: Je vais changer un peu le cap et m'adresser à notre représentant de la chambre de commerce parce que je veux profiter du scénario. Une chose que le gouvernement conservateur précédent a faite a été de signer des accords commerciaux, ce qui a ouvert l'accès des marchés à bien des entreprises canadiennes. On remarque à l'heure actuelle que les États-Unis ne concluent pas d'accords commerciaux. En fait, ils n'accèdent pas aux marchés. Ils n'ont pas accès aux marchés dont nous jouissons ici au Canada. Nous entendons maintenant dire des grandes entreprises étatsuniennes qu'elles ne peuvent pas exporter des États-Unis, si bien qu'elles ferment. Elles rationalisent leurs opérations et les limitent... au marché étatsunien. Elles disent « d'accord, il nous faut ouvrir une installation ailleurs ».

Que faisons-nous par l'intermédiaire de nos délégués commerciaux, du gouvernement fédéral, pour vraiment attirer ces entreprises? Nous leur disons: « Vous savez quoi? Si vous venez à Windsor ou au Québec, vous pouvez en fait avoir une plateforme très concurrentielle. Vous pouvez aller en Europe, au Japon, en Asie, en Amérique centrale et en Amérique du Sud. Vous pouvez toujours passer par l'ALENA... l'AEUMC qui se trouve là, en arrière-plan. C'est toujours possible. Et vous restez sur le même continent, dans les mêmes fuseaux horaires ».

Faites-vous ces types de promotions, car nous entendons toujours parler de la façon dont...

• (1640)

Le président: Monsieur Hoback, désolé, il vous reste 30 secondes.

M. Randy Hoback: Permettez-moi simplement de terminer, monsieur le président.

Vous entendez toujours parler des Étatsuniens qui viennent ici et s'emparent de nos entreprises, mais que faisons-nous pour aller chez eux et nous emparer des leurs?

Le président: Vous allez devoir donner des réponses très brèves.

M. Randy Hoback: Vous avez beaucoup de temps, monsieur le président.

Le président: Allez-y, monsieur Naidu.

M. Rakesh Naidu: C'est une excellente question, et je pense que nous cernons constamment les sociétés américaines que nous devrions cibler. Nous entretenons des liens très solides de l'autre côté de la frontière avec la Detroit Regional Chamber of Commerce et la Detroit Economic Growth Corporation, la DEGC. Par leur intermédiaire, nous rejoignons des entreprises dont elles estiment qu'elles seraient mieux du côté canadien. Nous avons une zone franche à Windsor-Essex, alors nous en tirons parti.

Nous leur indiquons aussi que, si ces entreprises se trouvent de ce côté de la frontière, elles peuvent desservir non seulement le marché canadien, mais aussi le marché européen par le truchement de l'Accord économique et commercial global et d'autres programmes. Nous misons toujours sur l'avantage que nous procure notre emplacement ainsi que les divers accords de libre-échange que nous avons et dont peuvent bénéficier les entreprises étatsuniennes.

Le président: C'est tout pour M. Hoback. Nous avons pas mal dépassé le temps qui vous était alloué.

Nous allons maintenant passer au NPD.

Madame Ramsey, vous avez trois minutes. Allez-y.

Mme Tracey Ramsey: J'essaierai d'être brève.

Le coeur de la présente étude, en fait, est que pendant la négociation d'accords de libre-échange, les PME ne participent pas normalement aux discussions pour faire connaître tout ce dont elles ont besoin dans un accord commercial. Nous reconnaissons que la majorité des débouchés qu'offrent les accords commerciaux sont pour les PME, car les grands joueurs savent comment s'y prendre. Ils ont les ressources pour ce faire. Ils participent aux négociations et s'assurent d'en tirer le meilleur parti possible.

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante nous a malheureusement dit que, pendant les deux premières années où elles font des échanges commerciaux, bien des petites entreprises abandonnent à cause de tous les obstacles qui existent ou des simples complications. Comment devrions-nous nous adresser aux PME après la signature d'accords commerciaux?

Je vais peut-être m'adresser à M. Naidu.

M. Rakesh Naidu: Sur ces points, on ne communique jamais assez. Je trouve qu'il arrive souvent, lorsque quelqu'un étudie de nouveaux marchés, qu'il soit dépassé. Il s'agit d'un nouveau pays avec des règles et une culture différentes. C'est très intimidant pour les petites entreprises de s'aventurer dans cet univers.

Plus nous pouvons leur offrir d'information et de soutien, plus nous pourrions leur faciliter la tâche pour comprendre les exigences du marché. Nous pouvons les aider à communiquer avec quelqu'un qui l'a déjà fait, qui a pénétré le marché — il y a des exemples de réussite. Jumelez-les avec ces gens, présentez-leur de bonnes études de cas et aidez-les à comprendre et à simplifier les règles et la réglementation. Toutes ces mesures seront très utiles pour démystifier un nouveau marché ou faire en sorte qu'il soit plus facile pour eux de l'examiner de près et de dire « Oui, nous pouvons le faire. Ce n'est pas aussi difficile que cela semble l'être ».

La communication est très très importante ainsi, bien sûr, que le jumelage de ces personnes avec des gens qui ont réussi. Cependant, il est aussi utile de tenir des séances interactives pour rencontrer des personnes qui l'ont fait et qui pourront leur offrir du soutien ainsi que des délégués commerciaux qui pourront leur dire de quelle façon ils peuvent les aider à exploiter le nouveau marché.

Mme Karen Greve Young: Sur ce point, je vais remonter un peu plus loin. Bien qu'il soit important de communiquer efficacement avec les petites et moyennes entreprises — surtout les petites et nouvelles entreprises —, je pense qu'il est aussi important d'avoir leur perspective au fil des négociations et ne pas présumer que nous la connaissons.

Je vais donner un exemple qui n'est pas lié à un accord commercial et je suis gênée de dire que je ne me rappelle pas de son avantage. Il existe un programme pour aider les petites entreprises à exporter — j'aimerais me souvenir de ce dont il s'agit; je peux vous revenir là-dessus —, mais il profite explicitement aux entreprises qui n'ont pas de revenus d'exportation dans ce marché. Une vente par Internet dans ce marché les en exclut.

Si un représentant des PME s'était trouvé à la table des négociations quand on a créé cette règle... voilà pourquoi je pense que nous vous savons tous vraiment gré de tenir compte de notre point de vue. Bien que nous ne soyons pas ces entreprises, nous les représentons. Je pense qu'il est essentiel d'avoir cette perspective pendant la phase d'élaboration, sinon nous risquons de présumer de leurs besoins au lieu de les refléter avec exactitude.

• (1645)

Le président: Merci, madame Ramsey.

Nous avons le temps d'entendre un député de plus.

Monsieur Dhaliwal, la parole est à vous pour cinq minutes.

M. Sukh Dhaliwal: Merci.

Merci aux présentateurs pour le travail que vous et vos organismes faites dans vos communautés respectives, en particulier Mme Karen Young. Merci d'aider plus de 10 000 entreprises, surtout les jeunes de 18 à 39 ans.

Je suis vraiment ravi de vous dire que vous avez aussi aidé plus de 20 PME à Surrey. Dans des collectivités comme Surrey, où il y a bien des problèmes avec les jeunes — des gangs et des situations criminelles —, les parents veulent quelque chose du genre qui inspirera les jeunes à viser plus haut dans la vie.

Vous avez couvert bien des sujets, mais y en a-t-il un que vous n'avez pas abordé pour voir quelle approche proactive prendre en vue d'accroître le nombre de personnes que vous aidez et que vous serez en mesure d'aider?

Mme Karen Greve Young: Je n'étais pas loin à la fin de la semaine dernière — à Vancouver.

Je pense que l'important est de penser de façon aussi créative que les entrepreneurs concernant leurs éventuels besoins et l'aspect potentiel d'une nouvelle entreprise. À titre d'exemple, nous avons lancé un programme pour les entreprises à temps partiel il y a quelques années. Dans certaines collectivités, des entrepreneurs ne se sentent pas prêts à se lancer en affaires immédiatement. Ils ne se sentent pas à l'aise de quitter leur emploi régulier ou ils ont des responsabilités familiales qui ne leur permettent pas d'exploiter leur entreprise à temps plein. Nous essayons d'offrir des débouchés souples pour rejoindre les entrepreneurs où qu'ils soient. C'est un exemple.

Pour être honnête, plus nous pouvons aider ces jeunes entrepreneurs à comprendre les occasions qui s'offrent à eux, à voir que l'entrepreneuriat est une option viable, à connaître les expériences des autres qui ont réussi, plus nous pouvons les aider à mieux comprendre les prochaines étapes. Quel est le prochain obstacle auquel ils feront face? La planification de la succession est un secteur de taille à l'heure actuelle où nous reconnaissons que certains entrepreneurs ne démarrent pas une entreprise parce qu'ils ont eu une excellente idée. Ils veulent simplement être propriétaires d'une entreprise. Nous en sommes rendus là.

Nous avons nos offres. Nous prenons de l'expansion dans ce secteur. Pendant que le gouvernement songe à la façon dont il veut appuyer les propriétaires de petites entreprises pendant qu'ils croissent pour devenir des moyennes et grandes entreprises, il est important de penser de façon créative à ce à quoi peut ressembler la propriété d'entreprise pour différents groupes d'âge.

M. Sukh Dhaliwal: Merci à vous et à M. Rémillard. Ma circonscription de Surrey — en particulier la ville de Surrey — compte une population sud-asiatique très diversifiée. Nous avons une diaspora.

Comment pouvons-nous l'aider à faire des affaires à l'échelle internationale et à être prospère?

Mme Karen Greve Young: La diaspora leur est profitable dans une certaine mesure. Nous observons souvent que non seulement la communauté se montre d'un grand soutien dans sa collectivité, mais qu'elle est aussi capable de tirer parti de sa diaspora internationale. Un grand nombre d'entrepreneurs que nous appuyons sont des entreprises du secteur alimentaire et, dans bien des cas, la nourriture produite est un mets traditionnel du fondateur. Puisqu'on le voit comme un avantage plutôt qu'un obstacle, on doit s'assurer que ces entrepreneurs s'identifient à ce que nous offrons.

Nous travaillons très fort. Je m'attache notamment à m'assurer que tous les entrepreneurs susceptibles de bénéficier de notre programme s'y identifient et ne se sentent pas exclus à cause d'obstacles auxquels ils se butent ailleurs.

J'ignore si cela vous est utile.

M. Sukh Dhaliwal: Monsieur Rémillard.

M. Richard Rémillard: Trente-six pour cent des personnes qui ont participé à notre Défi canadien de l'exportation en 2018 étaient des nouveaux arrivants au Canada, des immigrants. Même si j'ai pensé que ce n'était pas une mauvaise statistique, j'espère que nous avons mieux réussi que l'an dernier à attirer un pourcentage encore plus élevé cette année.

Si vous me le permettez, j'aimerais revenir à la question que Mme Ramsey a posée: que ferez-vous différemment? J'ai été frappée qu'un point ait été exclu de la discussion à ce stade: pour ce qui concerne les obstacles auxquels font face les gestionnaires et les propriétaires de petites et moyennes entreprises, ils ne sont clairement pas au courant des possibilités qui existent, qui découlent des accords commerciaux ou des services fournis par le Service des délégués commerciaux, qui est vraiment excellent.

Mais il y a aussi deux autres facteurs que je ne pense pas que nous comprenions encore bien du point de vue de la stratégie de communication.

Le premier facteur est le coût.

Je pense personnellement à une étude que quelqu'un pourrait mener pour montrer le coût du transport des produits de l'Île-du-Prince-Édouard à la Colombie-Britannique par rapport à celui des exportations de l'Île-du-Prince-Édouard au Maine. J'ignore ce montant. Je pourrais être terriblement surpris. Je soupçonne que ce pourrait être un petit montant pour bien des produits et services. Donnez-moi des chiffres, comme dit Richard.

Le second facteur est le risque. Le risque perçu de vendre votre produit ou votre service à New York ou à Seattle, dans l'État de Washington — en quoi cela est-il différent du Belarus? Ou de la Chine? Ou d'autres endroits exceptionnellement difficiles? Ensuite, la question suivante se pose: que font le gouvernement du Canada et d'autres partenaires pour atténuer ce risque et le réduire à un niveau mesurable pour que vous puissiez exporter aisément? Une garantie d'EDC? C'est bien, peut-être. C'est une façon parmi d'autres d'étudier la situation.

• (1650)

Le président: Merci, monsieur Dhaliwal. Votre temps est écoulé.

Voilà ce qui met fin à notre échange avec les députés et à notre séance de cet après-midi. Je tiens à remercier les témoins de s'être joints à nous. Non seulement vous représentez des milliers d'entreprises, de familles et de travailleurs, mais vous êtes aussi un système. Nous vous savons gré du bon travail que vous accomplissez. Notre étude sera publiée dans les mois qui viennent. Vous pourrez en obtenir un exemplaire si vous le souhaitez.

Aux personnes qui doivent se déplacer, nous vous souhaitons un bon voyage.

Nous allons suspendre nos travaux pendant quelques minutes pour donner le temps à nos témoins de partir et nous les reprendrons tout de suite après. Nous devons discuter de travaux futurs.

[La séance se poursuit à huis clos.]

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Les délibérations de la Chambre des communes et de ses comités sont mises à la disposition du public pour mieux le renseigner. La Chambre conserve néanmoins son privilège parlementaire de contrôler la publication et la diffusion des délibérations et elle possède tous les droits d'auteur sur celles-ci.

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.

Aussi disponible sur le site Web de la Chambre des communes à l'adresse suivante : <http://www.noscommunes.ca>

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

SPEAKER'S PERMISSION

The proceedings of the House of Commons and its Committees are hereby made available to provide greater public access. The parliamentary privilege of the House of Commons to control the publication and broadcast of the proceedings of the House of Commons and its Committees is nonetheless reserved. All copyrights therein are also reserved.

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.

Also available on the House of Commons website at the following address: <http://www.ourcommons.ca>