



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 055 • 1^{re} SESSION • 42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 9 février 2017

Président

L'honorable Mark Eyking

Comité permanent du commerce international

Le jeudi 9 février 2017

• (1520)

[Traduction]

Le président (L'hon. Mark Eyking (Sydney—Victoria, Lib.)):
La séance est ouverte.

Bon après-midi, tout le monde.

Aujourd'hui, nous commencerons par un entretien d'une heure avec des représentants d'Affaires mondiales Canada, qui nous parleront des moyens d'aider et d'encourager les petites entreprises.

Je voudrais également vous informer que j'ai été avisé que la ministre ne pouvait pas venir aujourd'hui, mais qu'elle est disposée à comparaître jeudi prochain. J'ai décidé de réserver une heure aux fonctionnaires aujourd'hui, après quoi nous passerons au projet de rapport sur le PTP. Nous ferons la même chose jeudi: nous passerons une heure avec la ministre, puis consacrerons une heure au PTP.

Tout le monde est d'accord? Pouvons-nous poursuivre?

Mme Tracey Ramsey (Essex, NPD): Parlez-vous de la ministre de la Petite Entreprise et du Tourisme?

Le président: Oui.

Mme Tracey Ramsey: Avons-nous besoin de toute une heure?

Le président: Je ne sais pas. D'habitude, lorsqu'un ministre est invité, nous lui réservons une heure. Si l'entretien ne dure qu'une demi-heure, nous passerons directement au PTP ensuite. Nous prendrons le temps qu'il faut pour poser des questions, mais, de toute façon, la réunion comprendra deux parties.

Je passe maintenant à nos témoins. Je vous remercie de votre présence, mesdames et messieurs.

Cette réunion a été organisée à la demande du Comité. Comme vous le savez probablement, nous discutons de multiples accords commerciaux et d'autres questions relevant du commerce. Nous sommes en train de terminer notre étude sur le PTP. Nous sommes passés par toutes les provinces et avons tenu des vidéoconférences avec les territoires.

À la fin de chaque séance, nous avons un micro ouvert à la disposition des participants. Nous avons entendu beaucoup de points de vue et beaucoup d'interventions du public. Nous avons entendu des représentants de nombreuses entreprises qui ne connaissaient probablement pas bien le domaine de l'exportation et qui souhaitaient en apprendre davantage sur le sujet. C'est cela qui explique notre décision de demander cette réunion avec vous. Comme je l'ai dit, la ministre viendra nous parler la semaine prochaine.

Je sais que vous avez déjà fait beaucoup de bon travail, mais nous aimerions que vous nous parliez, dans l'heure que nous passerons avec vous, de certaines des choses que nous pouvons faire. Nous nous intéressons surtout à la façon de mieux renseigner les petites et moyennes entreprises et de les familiariser avec les grandes

occasions qu'elles peuvent saisir et les avantages de certains de nos accords commerciaux.

Je vous cède maintenant la parole. Ensuite, nous aurons des questions à vous poser.

M. Michael Danagher (directeur général, Opérations commerciales régionales et relations intergouvernementales, ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement): Merci, monsieur le président. Je m'appelle Michael Danagher. Je suis directeur général des Opérations commerciales régionales à Affaires mondiales Canada. Je suis accompagné d'Elise Racicot, qui est gestionnaire du programme CanExport.

Monsieur le président, vous savez sans doute que le Service des délégués commerciaux a actuellement le mandat d'aider les clients canadiens qualifiés dans leurs activités de développement des affaires internationales, et que les petites et moyennes entreprises font l'objet de beaucoup d'attention de notre part dans le cadre du processus de création et de prestation de nos services. Nous sommes conscients du fait que de nombreux défis existent pour les PME, mais ces défis sont accentués au niveau du commerce international, parce qu'elles n'ont pas toujours les ressources nécessaires pour réussir sur le marché mondial et accéder à l'information commerciale et à l'aide dont elles ont besoin dans leurs opérations.

Affaires mondiales Canada a un certain nombre de mécanismes pour aider les PME. En tout premier lieu, le Service des délégués commerciaux offre des services de base aux clients canadiens dans près de 180 points à l'étranger et dans 17 villes du Canada. Nous avons des programmes qui répondent à des besoins spécifiques des PME, comme la promotion des débouchés découlant d'accords de libre-échange tels que l'AECG. Cela permet de répondre à certaines questions qui se sont posées au cours des audiences que vous avez tenues partout au Canada.

Notre programme bien établi Femmes d'affaires en commerce international a organisé un certain nombre de missions réussies à l'intention des entreprises dirigées par des femmes, la clientèle consistant principalement en PME.

Aujourd'hui, cependant, je vais concentrer mes propos sur le programme CanExport qui, de bien des façons, constitue le programme vedette d'appui au secteur des PME. Lancé le 5 janvier 2016, ce programme de 50 millions de dollars s'appliquera jusqu'au 31 mars 2020. Il a pour mandat de fournir des contributions financières aux PME qui souhaitent exporter leurs biens ou services vers de nouveaux marchés.

Plus particulièrement, CanExport est un mécanisme de cofinancement qui fournit des contributions de contrepartie aux demandeurs retenus, remboursant jusqu'à 50 % des dépenses admissibles approuvées, une fois que les activités ont été réalisées. CanExport s'appuie sur les enseignements tirés d'initiatives semblables, comme le programme Agri-marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, ainsi que la composante Industrie de l'ancien Programme de développement des marchés d'exportation, PDME-Industrie. L'expérience acquise au cours des 34 années d'existence du PDME permet aux responsables de CanExport de soutenir les activités les plus susceptibles de produire un impact économique positif sur les exportations des bénéficiaires et, partant, sur l'économie canadienne.

Le programme répond aux nombreuses manifestations d'intérêt des clients canadiens désireux d'obtenir un soutien à la commercialisation. CanExport vient également compléter les programmes provinciaux existants visant à soutenir les PME qui cherchent à développer leurs exportations tout en uniformisant les règles du jeu avec les concurrents internationaux du Canada qui disposent d'outils semblables pour soutenir la croissance de leurs PME, comme les subventions au développement des exportations versées par le gouvernement australien.

CanExport aidera chaque année des centaines de sociétés canadiennes. Le programme devrait permettre aux PME d'atteindre trois grands objectifs: à court terme, acquérir une meilleure connaissance des marchés internationaux; à moyen terme, mener des activités plus efficaces de développement des exportations; et à long terme, diversifier notre clientèle et faire des ventes dans les nouveaux marchés.

Le degré de réalisation de ces objectifs sera mesuré grâce à des rapports d'activité et à des questionnaires envoyés aux bénéficiaires qui auront terminé toutes les activités prévues dans leur projet au moment de leur demande finale de paiement ainsi qu'à des intervalles d'un an et de trois ans après la fin du projet.

CanExport présente un rapport annuel sur son rendement à la haute direction d'Affaires mondiales Canada. Il fera aussi l'objet en 2018-2019 d'une évaluation sommative du Bureau de l'inspecteur général d'Affaires mondiales Canada. Les résultats de CanExport sont également soumis tous les ans au Parlement dans le cadre du rapport sur les plans et priorités et du rapport ministériel sur le rendement d'Affaires mondiales Canada.

Comment le programme fonctionne-t-il? CanExport offre aux PME un financement de contrepartie de 50 % compris entre 10 000 \$ et 99 999 \$ pour les coûts d'expansion des exportations. CanExport est ouvert aux entreprises de tous les secteurs, à l'exception de celles qui sont déjà couvertes par d'autres programmes fédéraux, comme Agri-marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada que j'ai déjà mentionné.

• (1525)

Afin d'être admissibles à une contribution CanExport, les PME sont actuellement tenues de cibler un nouveau marché ou un marché auquel elles n'ont rien exporté au cours des 24 derniers mois. Les demandeurs doivent également avoir des revenus annuels compris entre 200 000 \$ et 50 millions de dollars et un effectif de 1 à 250 employés au Canada.

Une vaste gamme d'activités sont admissibles pourvu qu'elles favorisent le développement des affaires internationales et aillent au-delà des activités de base de l'entreprise. Les activités admissibles doivent également représenter de nouvelles initiatives devant assurer des résultats supplémentaires. Par exemple, les activités peuvent comprendre des voyages vers le marché pour des réunions avec les

clients, l'adaptation et la traduction de matériel promotionnel, la participation à des foires commerciales ou une étude de marché personnalisée. Cette liste n'est pas exhaustive. Les personnes intéressées trouveront plus de détails en ligne dans le Guide du requérant.

Le programme est relativement nouveau pour nous. Nous collaborons avec les responsables du Programme d'appui à la recherche industrielle du Conseil national de recherches du Canada, qui connaissent bien les ententes de contribution avec les clients. De plus, en travaillant de concert avec le PARI, nous avons trouvé un moyen économique et efficace de répondre aux demandes d'aide des PME. Nous avons réussi à prendre des décisions sur toutes les demandes présentées dans les 25 jours ouvrables, ce qui constitue la norme canadienne pour les programmes de ce genre.

De plus, grâce à une entente tripartite avec le PARI et l'Agence du revenu du Canada, nous pouvons faire une vérification rapide et peu coûteuse de l'admissibilité d'un demandeur en fonction des critères que je viens de mentionner, c'est-à-dire son revenu et le nombre de ses employés, en nous basant sur son numéro d'entreprise, qu'il a autorisé l'ARC à utiliser.

Cette façon de procéder a permis de réaliser d'importantes économies. Elle nous a également donné la possibilité d'échanger des pratiques exemplaires. D'autres programmes d'Affaires mondiales Canada envisagent d'utiliser cette méthode au fur et à mesure que nous la mettons en application.

J'aimerais maintenant présenter au Comité certain des résultats que nous avons obtenus jusqu'ici grâce au programme. Depuis son lancement en janvier 2016, des contributions totalisant 18 millions de dollars ont été offertes à des demandeurs sur les 50 millions engagés au départ. Sur ce montant, près de 14 millions de dollars ont été accordés dans le présent exercice. Le taux d'approbation des demandes est d'environ 48 %, ce qui est proche des taux moyens d'approbation des programmes de contribution similaires. Les approbations données portent sur plus de 600 projets d'expansion des exportations de PME dans 70 marchés du monde.

Bien que beaucoup de demandes concernent des exportations vers les États-Unis, CanExport a également approuvé des demandes visant des exportations à un large éventail de pays d'Asie, d'Europe, d'Amérique latine, du Moyen-Orient et de l'Afrique. Je suis heureux de noter qu'il y a des bénéficiaires du programme dans toutes les provinces du Canada.

Ces PME sont actives dans toute une gamme de secteurs, y compris les technologies de l'information et des communications, l'infrastructure, les mines, l'automobile, la défense et la sécurité, les produits de consommation, les technologies océaniques et l'aérospatiale. L'entreprise bénéficiaire moyenne a un effectif d'environ 17 employés, des revenus de 2 millions de dollars, des exportations d'une valeur approximative de 300 000 \$ et est constituée en société depuis une douzaine d'années.

Les bénéficiaires du programme ont déjà signalé un certain nombre d'exemples de réussite directement liés à des projets financés par CanExport, comme la signature d'ententes de partenariat et même de nouveaux contrats de vente.

Je voudrais vous faire part de quelques-uns de ces exemples, avec la permission des sociétés en cause. Je crois qu'ils montrent quel genre de PME nous appuyons grâce à CanExport.

Korite, de l'Alberta, est le plus important producteur d'ammolite de qualité gemme du monde. Avec l'aide de CanExport, l'entreprise cherche à établir son image de marque en Chine, surtout au moyen de partenariats stratégiques et de foires commerciales. Grâce à la contribution de CanExport, elle a déjà formé un partenariat avec une entreprise chinoise de joaillerie afin d'assurer la distribution des bijoux finis de Korite en Chine et d'exploiter davantage des ressources novatrices en matière de technologie des produits sur le marché chinois.

• (1530)

Le groupe québécois Samajam offre des services d'imprésario en divertissement. Il crée des expériences musicales participatives et énergisantes pour divertir, éduquer et mobiliser des gens, et particulièrement des jeunes. Avec le soutien de CanExport, cette entreprise a signé un contrat pour une tournée de spectacles en 2016 un peu partout en Chine. Cette entente lui a permis de présenter au cours de l'année une centaine de spectacles dans 22 villes chinoises. Au total, plus de 50 000 billets ont été vendus, rapportant un revenu approximatif de 500 000 \$.

L'entreprise ontarienne Team Eagle Ltd. travaille dans le domaine des activités aéroportuaires. Elle a produit un véhicule hautement perfectionné qui analyse les contaminants des pistes et fournit de l'information sur la capacité de freinage des aéronefs sur une piste donnée. Avec l'aide de CanExport, Team Eagle a récemment assisté à Paris à un symposium mondial sur l'étude de l'état des pistes, qui a permis de présenter l'entreprise à des clients et partenaires potentiels de nombreux marchés internationaux. CanExport aidera également Team Eagle à préparer une présentation et du matériel connexe de promotion commerciale.

La société 4Deep Inwater Imaging de la Nouvelle-Écosse — ce sera mon dernier exemple — a breveté une technologie holographique permettant de créer de puissants microscopes qui facilitent les activités de recherche et de découverte. Avec l'aide de CanExport, l'entreprise fait la promotion de son système de microscope submersible en Inde, où il pourra servir à surveiller la qualité de l'eau dans les lacs, les rivières et les océans. Jusqu'à présent, l'entreprise a envoyé directement plus d'une demi-douzaine de devis à des clients possibles. Elle s'attend à ce que ses efforts se traduisent par des ventes dans les six à huit prochains mois.

Monsieur le président, je viens de vous présenter un très bref aperçu de CanExport, quelques points saillants du programme et des exemples portant sur quatre entreprises parmi les 600 ou plus qui ont obtenu des contributions de CanExport. Nous serons maintenant très heureux de répondre aux questions du Comité.

Le président: Merci beaucoup, monsieur. Je trouve impressionnant ce que vous et Affaires mondiales Canada avaient fait.

Nous allons maintenant vous poser quelques questions, en commençant par les membres conservateurs du Comité.

Monsieur Van Kesteren, la parole est à vous.

M. Dave Van Kesteren (Chatham-Kent—Leamington, PCC): Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins de leur présence. Les renseignements que vous nous avez présentés étaient vraiment fascinants.

Vous avez dit dans votre exposé que ce programme n'existe que depuis le 5 janvier 2016. Aviez-vous auparavant un programme semblable ou bien s'agit-il d'une toute nouvelle initiative?

M. Michael Danagher: Le programme administré par Affaires mondiales Canada était le PDME-Industrie qui a fonctionné pendant 34 ans avant d'être retiré en 2004. Ce programme a fait l'objet d'une

évaluation dont beaucoup des conclusions ont servi à l'analyse de CanExport, lorsqu'il a été lancé en 2006.

M. Dave Van Kesteren: C'était donc en 2006.

M. Michael Danagher: C'est exact... Non, excusez-moi, c'était plutôt en 2016.

M. Dave Van Kesteren: C'était en 2016. Vous avez donc créé un tout nouveau programme. J'aimerais bien savoir où vous avez trouvé les gens dont vous aviez de besoin pour gérer ce programme parce qu'il vous fallait un niveau supérieur d'expertise à l'étranger.

M. Michael Danagher: La plate-forme que nous avons ici à Ottawa est en fait assez simple. Nous utilisons comme base le PARI, qui peut générer automatiquement les ententes de contribution. Grâce à notre accord tripartite avec l'ARC, nous sommes en mesure de faire la présélection de base. Nous intervenons lorsqu'Elise et son équipe procèdent eux-mêmes aux analyses de rentabilité. Dans ces cas, nous comptons sur notre vaste Service des délégués commerciaux, qui a des représentants un peu partout dans le monde.

Par exemple, si un demandeur s'intéresse à un marché de l'Inde, nous prenons contact avec notre réseau de délégués commerciaux dans ce pays pour leur demander leur avis sur la proposition présentée. Dans certains cas, lorsque nous procédons ainsi, le Service des délégués commerciaux peut nous signaler que le marché est hautement concurrentiel, qu'il y a des obstacles ou que la réglementation en vigueur peut entraver l'activité proposée. Nous nous appuyons sur un très vaste réseau pour donner les conseils les plus éclairés à nos demandeurs.

M. Dave Van Kesteren: Vous avez dit dans votre exposé que, parmi vos clients, l'entreprise moyenne a 17 employés. J'imagine qu'il s'agit de petits groupes très énergiques qui ont un nouveau produit. Je me vois 30 ans plus jeune essayant de mettre en marché ce produit dont je sais qu'il se vendra bien aux Pays-Bas, par exemple. Je m'adresse donc à votre organisation. De quelle façon allez-vous m'aider? Me direz-vous que mon projet ne peut pas réussir à cause de la réglementation qui existe? Est-ce ainsi que les choses se passent?

• (1535)

M. Michael Danagher: C'est exact.

M. Dave Van Kesteren: Vous pourriez donc me dire: « Oui, cela devrait marcher. »

Est-ce que votre intervention éviterait à ces gens — je ne dis pas que c'est nécessairement le cas parce qu'il s'agit souvent de personnes très astucieuses — d'aller sur place pour faire les recherches nécessaires? Ou bien travaillez-vous avec eux la main dans la main?

M. Michael Danagher: Nous collaborons étroitement. Je crois que c'est la meilleure façon de décrire le processus.

Notre Service des délégués commerciaux est très bien renseigné sur les conditions locales. Bien sûr, les exportateurs ont aussi leurs propres ressources. Je crois que c'est un bon processus. Nous pouvons valider l'information qu'ils ont eux-mêmes sur le marché, mais, en même temps, nous avons en général la possibilité d'y ajouter. Les services offerts par les délégués commerciaux se fondent sur un bon travail d'équipe entre eux-mêmes et les exportateurs.

M. Dave Van Kesteren: Vous avez mentionné, parmi vos exemples, une société qui est allée en Chine. Je pense maintenant qu'avec la signature de l'AECG, nous pourrions aller de l'avant et mettre des structures en place. Avez-vous pu constater de la part des entreprises beaucoup d'intérêt pour les marchés européens? Commentent-elles à travailler là-dessus?

M. Michael Danagher: Je vais peut-être demander à Elise de faire le point sur certains des marchés qui sont en train de s'ouvrir.

Mme Elise Racicot (directrice adjointe et gestionnaire de programme, Réseau régional et relations intergouvernementales, ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement): Je vous remercie de votre question.

L'Europe se classe en deuxième position parmi nos marchés les plus importants. Si nous comparons l'Amérique du Nord, l'Europe, le Moyen-Orient, l'Afrique, l'Amérique latine et l'Asie, l'Europe est deuxième en fonction du nombre de bénéficiaires et du montant des contributions. Le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France sont les marchés les plus favorisés par nos demandeurs...

M. Dave Van Kesteren: J'aimerais vous poser une question rapide parce que je sais que le président va m'interrompre dans quelques instants. Avez-vous pu constater que beaucoup d'immigrants ou de nouveaux venus dans le pays participent à ce programme? Ai-je raison de le supposer?

Le président: Je regrette, monsieur...

M. Dave Van Kesteren: J'aimerais simplement que les témoins répondent à la question.

Le président: C'est bien. Rapidement, s'il vous plaît.

Mme Elise Racicot: D'accord.

En toute franchise, il serait difficile de le déterminer parce que nous avons des renseignements sur l'entreprise, nous avons le nom de quelques-uns des fondateurs de pouvoir, mais nous ne posons pas de questions permettant d'obtenir ce genre de renseignements. Nous ne leur demandons pas s'ils viennent ou non d'arriver au Canada. Nous ne disposons donc pas de cette information.

M. Dave Van Kesteren: Il serait intéressant pour nous de le savoir. Je ne sais pas si vous avez la possibilité d'obtenir ces renseignements, mais le Comité aimerait bien les avoir si possible.

M. Michael Danagher: J'aimerais dire qu'Elise s'est chargée de la mise en train du programme et des efforts de promotion. L'année dernière, elle a probablement parlé à un millier d'entreprises différentes à différents endroits. Nous avons eu des contacts avec les organismes bilatéraux, comme le Conseil de commerce Canada-Inde. Par conséquent, nous avons eu la possibilité de faire la promotion du programme auprès d'un certain nombre de communautés.

M. Dave Van Kesteren: C'est excellent. Je vous remercie.

Le président: Merci.

Nous allons maintenant passer à M. Dhaliwal.

À vous, monsieur.

M. Sukh Dhaliwal (Surrey—Newton, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je voudrais vous féliciter pour l'excellent travail que fait votre organisation. C'est vraiment fascinant. J'ai beaucoup de petites entreprises dans ma circonscription, Surrey—Newton, et il y en a aussi un grand nombre dans toute la Colombie-Britannique. Comme l'a mentionné M. Van Kesteren, il y a de nouveaux immigrants qui sont désireux de développer le commerce avec l'étranger.

Dans l'un des exemples que vous avez donnés, vous avez parlé d'une rencontre avec le Conseil de commerce Canada-Inde. Avez-vous mis en place des moyens de joindre autant d'entreprises que possible pour qu'elles puissent tirer parti de ce programme?

M. Michael Danagher: Eh bien, nous avons besoin de nos partenaires. Nous en avons besoin au niveau fédéral, et nous travaillons aussi avec nos partenaires provinciaux, mais, de toute évidence, les grandes associations de gens d'affaires jouent un rôle essentiel en renseignant les entreprises sur ce programme. Je dirai d'une façon générale, compte tenu des réactions suscitées par le lancement du programme, que nous avons déjà engagé la totalité des montants dont nous disposons pour le présent exercice. Maintenant que nous avons mis en oeuvre le programme, nous ne tenons pas à faire une grande promotion quand nous n'avons plus de fonds pour cette année. Nous avons donc adopté une approche de marketing différente, et avons donc été plus réactifs que proactifs ces derniers mois. Toutefois, si nous constatons qu'une circonscription particulière n'est pas représentée, nous pouvons facilement faire une promotion ciblée du programme.

• (1540)

M. Sukh Dhaliwal: C'est justement à ce propos que j'ai certaines préoccupations. Pour moi, c'est vous qui intervenez, mais il y a des collectivités et des entreprises qui n'ont pas les ressources ou les moyens de gestion nécessaires pour s'adresser à des organismes comme le vôtre. Cela m'inquiète un peu. J'estime que des mesures devraient être prises pour vous permettre de toucher...

M. Michael Danagher: Oui.

M. Sukh Dhaliwal: ... autant d'entreprises que possible.

Pouvez-vous nous dire combien de sociétés de la Colombie-Britannique se sont prévaluées de ce programme?

Mme Elise Racicot: Voulez-vous connaître le nombre de bénéficiaires pour la Colombie-Britannique en particulier?

M. Sukh Dhaliwal: C'est exact.

Mme Elise Racicot: Il y a 87 bénéficiaires.

M. Sukh Dhaliwal: S'agit-il de petites entreprises?

Mme Elise Racicot: Oui.

M. Sukh Dhaliwal: C'est très encourageant.

Karen, je vais maintenant vous céder la parole. Vous pouvez prendre le temps qui me reste en plus de votre propre temps de parole.

Mme Karen Ludwig (Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, Lib.): Je vous remercie.

Merci beaucoup pour votre exposé.

J'ai un certain nombre de questions à vous poser. Je représente la circonscription de Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest. Nous exportons énormément. Toutefois, dans la région de l'Atlantique, nous avons plus de 50 % de petites entreprises et, parmi celles-ci, beaucoup sont des microentreprises n'ayant que 1 à 4 employés. Recevez-vous des demandes de contributions ou des demandes de renseignements de microentreprises visant CanExport ou, auparavant, le PDME?

Mme Elise Racicot: Je vous remercie de votre question.

Je ne peux pas vous citer un nombre précis, mais je peux vous dire que la médiane de 17 employés nous donne une bonne idée. Il y a un assez grand nombre d'entreprises dans cet intervalle. Je n'ai pas de statistiques exactes, mais il nous arrive souvent de voir des manifestations d'intérêt venant de toutes petites entreprises. Nous avons donc un assez grand nombre de bénéficiaires dans cette catégorie.

Mme Karen Ludwig: Je vous remercie.

Il y a une chose dont mes électeurs m'ont parlé et que je connais un peu moi-même pour avoir enseigné le commerce international: le gouvernement fédéral négocie et signe fréquemment des accords commerciaux avec d'autres pays, mais il arrive parfois que les petites et moyennes entreprises ne soient mises qu'assez tard au courant des avantages de ces accords. Les grandes entreprises semblent bien s'en tirer parce qu'elles peuvent recourir à leurs propres experts.

Comment pouvons-nous mieux préparer les entreprises non seulement à tirer parti des occasions d'exportation, mais aussi à profiter au Canada même de la chaîne d'approvisionnement? Il y a de nombreuses occasions dans ce domaine aussi.

M. Michael Danagher: Je vous remercie de votre question.

Comme je l'ai mentionné dans mon exposé, nous élaborons actuellement une stratégie de mise en oeuvre des accords de libre-échange. Nous avons déjà organisé une série de colloques à l'intention des petites entreprises du pays. À cet égard, nous travaillons en étroite collaboration avec nos partenaires provinciaux.

Bien entendu, l'objectif est de communiquer à ceux qui s'intéressent à l'AECG des renseignements pratiques et sectoriels ainsi que des analyses de rentabilité. Il reste à voir si ces mesures seront efficaces, mais je crois qu'Affaires mondiales Canada se rend bien compte de la nécessité de mettre en oeuvre les accords de libre-échange d'une manière plus stratégique.

Mme Karen Ludwig: Puis-je poser une petite question de plus?

Le président: Vous aurez peut-être du temps un peu plus tard. Je vais maintenant donner la parole au NPD.

À vous, madame Ramsey.

Mme Tracey Ramsey: Je remercie les témoins de leur présence au Comité aujourd'hui.

Je crois qu'il est très important d'avoir cette conversation. Je suis donc reconnaissante au député qui en a pris l'initiative parce que nous entendons souvent des gens parler de cette question au Comité.

Nous entendons également parler de tracasseries administratives et recevons beaucoup de plaintes à ce sujet. La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante a comparu à plusieurs reprises et a mentionné les entreprises qui exportent et toutes les difficultés qu'elles ont à affronter pour le faire.

Je sais que cette question a été étudiée au cours de la 41^e législature sous le titre « Orienter les entreprises canadiennes vers les marchés internationaux ». Le NPD avait alors recommandé d'établir une sorte de guichet unique auquel les gens pourraient s'adresser au lieu d'avoir à se renseigner auprès de multiples sources.

Ma question est liée à ma propre circonscription. Tout d'abord, si une entreprise d'Essex venait me voir, de quelle façon puis-je la renvoyer à CanExport et à d'autres programmes? Ensuite, y a-t-il un guichet unique ou bien faut-il s'adresser individuellement à chaque ministère et à chaque programme?

M. Michael Danagher: Je vais répondre à la question.

Dans le cas de CanExport, on peut obtenir tous les renseignements nécessaires en ligne. Nous recommandons à vos électeurs de se familiariser avec le guide. Ce document, intitulé « Guide du requérant » est rédigé en termes très simples. Nous l'avons soumis à des tests bêta et, au cours de la mise au point du programme, nous avons certainement écouté les recommandations des Manufacturiers et Exportateurs du Canada et de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.

Nous avons créé un processus très économique et très rapide de mise en oeuvre du programme. Le délai de réponse est de 25 jours ouvrables à notre ministère. Cela signifie que nous examinons souvent dans ce délai des analyses de rentabilité très complexes pour déterminer, premièrement, si la proposition est rentable et, deuxièmement, si tous les critères du programme sont respectés.

Nous recevons aussi des réactions des demandeurs, qu'ils aient ou non obtenu l'approbation de leur projet, sur les moyens d'améliorer le programme. Jusqu'ici, ces réactions ont été pour la plupart positives, mais elles comprenaient aussi quelques recommandations, plus souvent sur la portée du programme que sur son administration.

● (1545)

Mme Tracey Ramsey: Je crois qu'il faut vraiment que les gens s'adressent aux différents programmes offerts par les différents ministères.

M. Michael Danagher: Oui.

Mme Tracey Ramsey: La création d'un guichet unique pour les petites et moyennes entreprises pourrait régler ce problème, au moins partiellement.

Mon autre question fait suite à celle de ma collègue concernant les petites et même les microentreprises. Je vois ici qu'au chapitre des revenus annuels, vous avez un seuil de 200 000 \$ et un plafond de 50 millions de dollars. Je me demande donc si cela ne constitue pas un obstacle pour les petites et les microentreprises qui n'atteignent pas ce niveau de revenu.

Mme Elise Racicot: Je vous remercie de votre question.

Il est vrai que nous avons dû rejeter certaines demandes parce que l'entreprise en cause n'avait pas un revenu suffisant. Toutefois, dans les programmes précédents et les autres programmes de même nature, le seuil est ordinairement beaucoup plus élevé, souvent au-dessus du million et parfois même au-dessus de 2 millions de dollars. Notre seuil est sensiblement inférieur à ce qui est ordinairement exigé, de sorte qu'il est un peu plus facile d'accéder au programme.

L'une des raisons est que nous faisons la mise en oeuvre en partenariat avec le PARI du Conseil national de recherches. Ses clients sont pour la plupart de nouvelles entreprises désireuses de lancer une technologie. Ces sociétés sont parfois très petites au départ, avec des revenus plus ou moins nuls. Les responsables du PARI souhaitaient donc que nous concevions notre programme de façon à pouvoir aider certains de leurs clients potentiels pour d'autres projets de développement de technologies. Nous en avons tenu compte. Il n'en reste pas moins que c'est un obstacle, mais je dirais que notre programme est plus généreux au niveau d'entrée que beaucoup d'autres.

Mme Tracey Ramsey: Renvoyez-vous les demandeurs rejetés à d'autres programmes? Les orientez-vous vers un autre ministère ou une autre source pouvant les financer ou les renseigner?

Mme Elise Racicot: Oui, nous le faisons. Nous les renvoyons à notre réseau régional de délégués commerciaux pour les aider à se préparer à affronter le marché international, car c'est parfois à cet égard que leur demande a été rejetée. Nous les renvoyons également au Service de guide-expert qui constitue en quelque sorte un guichet unique du genre que vous avez mentionné dans votre question précédente. Les sociétés peuvent obtenir de ce service des renseignements sur tous les programmes pouvant intéresser les PME, y compris CanExport. Nous faisons donc des renvois à ces deux organismes.

Nous consacrons aussi beaucoup de temps, même dans notre propre programme, à la sensibilisation des entreprises qui peuvent avoir omis certains points ou qui auraient pu présenter leur demande autrement. Nous essayons donc de leur donner des explications. Je suis heureuse de dire qu'un nombre assez important de demandeurs ont pu, par la suite, présenter une meilleure demande et obtenir le financement dont ils avaient besoin.

Mme Tracey Ramsey: Ma question suivante...

Le président: Votre temps de parole est écoulé. Je vais devoir passer aux libéraux. Madame Lapointe, la parole est à vous.

[Français]

Mme Linda Lapointe (Rivière-des-Mille-Îles, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être parmi nous aujourd'hui. Leur présence est appréciée.

En réponse à une question que mon collègue a posée un peu plus tôt, je crois vous avez dit que vous aviez été plus « réactifs » que proactifs au cours de la dernière année.

Comment pourrait-on s'assurer d'être proactif à l'égard des petites et moyennes entreprises?

Que faudrait-il ajuster à cet égard?

[Traduction]

M. Michael Danagher: Je crois que c'est simplement une question de répartition des ressources.

[Français]

Ce programme a été lancé l'année dernière. Le programme et ceux qui y participent sont donc rendus à mi-parcours. Les gens sont notamment en train de développer de bonnes relations avec la clientèle.

Nous avons noté beaucoup d'intérêt de la part des clients du secteur privé. Dans le cas d'un programme nouvellement lancé, il est bien normal qu'il y ait une période de promotion. Après quelques mois, nous avons pu constater le progrès des requérants. Pour nous, il était plus important d'offrir le programme plutôt que d'en faire la promotion.

Je crois que Mme Racicot veut ajouter quelque chose à ce sujet.

• (1550)

Mme Elise Racicot: Pendant les premiers mois du programme, nous avons fait une promotion plus proactive. Nous avons communiqué avec environ 1 000 personnes, soit au téléphone ou en personne. Il s'agit de gens qui relaient le message, soit des partenaires provinciaux, d'autres partenaires fédéraux, de chambres de commerce et ainsi de suite.

Au cours des premiers mois, notre promotion a été un peu plus intensive. Comme nous le disions plus tôt, nous sommes maintenant un peu « réactifs », mais nous acceptons tout de même très fréquemment d'entrer en contact avec des citoyens. Comme vous

venez du Québec, je vous mentionne d'ailleurs que le réseau des ORPEX nous a notamment demandé récemment de présenter à l'ensemble des centres locaux de développement québécois la façon dont fonctionne le programme.

Des demandes nous parviennent d'organisations provenant de partout au Canada. Chaque fois qu'on nous en soumet une, nous tentons d'y répondre par l'entremise d'un webinaire, par exemple, de façon à pouvoir parler avec les membres de l'organisme et leur décrire le programme d'une manière plus proactive.

Mme Linda Lapointe: Merci beaucoup, c'est très intéressant.

Ma circonscription est celle de Rivière-des-Milles-Îles, qui inclut les villes de Deux-Montagnes, Saint-Eustache, Boisbriand et Rosemère. On y trouve de très belles entreprises. Nous sommes à côté du secteur aérospatial. De nombreux fournisseurs du secteur de l'aérospatial sont dans ma circonscription. Il y a aussi le secteur de la transformation agroalimentaire qui est présent dans la circonscription.

Ma question est la suivante. Les dirigeants des petites et moyennes entreprises du secteur de la transformation alimentaire vont-elles vous voir?

Mme Elise Racicot: Je peux peut-être répondre à cette question.

Si l'entreprise offre un produit comme de la nourriture, elle serait plutôt couverte par le Programme Agri-Marketing. Celui-ci a des conditions à peu près similaires aux nôtres, mais avec encore plus d'argent que notre programme.

Cela dit, plusieurs entreprises qui font partie de la chaîne de transformation alimentaire ont demandé des fonds et ont été appuyées par le programme, par exemple pour des équipements, des logiciels, des solutions d'emballage ou autres. Il y a des entreprises que nous pouvons également aider par l'entremise de CanExport.

Mme Linda Lapointe: Merci.

Je vais céder la parole à M. Fonseca.

M. Peter Fonseca (Mississauga-Est—Cooksville, Lib.): D'accord.

Je vous remercie.

[Traduction]

J'ai une question au sujet de la répartition des fonds. À quoi sert le financement? Va-t-il à des foires commerciales, à des entretiens personnels, à des conférences ou à tout cela? Pouvez-vous nous donner une idée de ce que les gens font de cet argent?

M. Michael Danagher: Je vous remercie de votre question.

En général, le financement sert à des activités de commercialisation secondaires sur les marchés internationaux. Par conséquent, les activités doivent viser un marché particulier, comme celui de la France ou du Brésil, et comprendre des entretiens exploratoires. Elles pourraient également comporter la participation à des foires commerciales et à d'autres rencontres visant à former des réseaux.

Les fonds peuvent en outre servir à obtenir des services spécialisés, comme des recherches sur le régime réglementaire s'appliquant au produit et au pays de destination et même des frais juridiques. Nous avons cependant fixé un pourcentage maximum de la contribution qui peut servir à obtenir des services consultatifs spécialisés auprès de tiers. Le principe de base, c'est que l'argent doit servir à des activités secondaires plutôt qu'aux activités de base de l'entreprise.

M. Peter Fonseca: J'ai une autre question.

Je vois qu'à 89 %, les États-Unis constituent la première destination des exportations et qu'ils sont suivis par l'Europe à 31 %. Les Américains et les Européens ont des régimes réglementaires, judiciaires et politiques assez stables. Si vos clients vont dans des pays qui n'ont peut-être pas les mêmes normes que nous, les aidez-vous à atténuer les risques? Que faites-vous quand des clients vous soumettent des problèmes de ce genre?

Le président: Je regrette, mais je dois vous interrompre. Comme vous aurez du temps plus tard, vous pourrez peut-être revenir sur cette question. Je dois maintenant donner la parole à Mme Ludwig.

Allez-y, madame.

Mme Karen Ludwig: J'aimerais écouter votre réponse à la question de mon collègue.

M. Michael Danagher: D'accord.

Oui, cela fait partie du principe de ce programme: dans les marchés qui présentent des difficultés particulières, les sociétés peuvent accéder aux ressources. Comme je l'ai mentionné dans mon exposé, le plafond de nos contributions est de 99 999 \$. Comme cela représente 50 % du coût du projet, nous pouvons donc, pour une activité donnée d'exploration d'un marché, cofinancer un projet d'une valeur maximale de 200 000 \$. Cela limite évidemment ce que la société cherche à réaliser, mais, en fonction de l'expérience que nous avons acquise comme délégués commerciaux dans des marchés difficiles — Elise a servi au Brésil et moi, en Corée —, nous savons que les clients peuvent souvent trouver les réponses qu'ils cherchent à un coût relativement raisonnable. Cela aide certainement les clients à concentrer leur attention sur ces marchés.

•(1555)

Mme Karen Ludwig: Je vous remercie.

J'ai moi-même un certain nombre de questions à poser.

Il y a bien des années, lorsque j'ai commencé à enseigner dans le domaine du commerce international, je me souviens d'un représentant d'Industrie Canada qui avait abordé notre équipe. Il avait dit une chose qui m'est restée à l'esprit depuis. Il nous avait révélé que 75 % des sociétés qui exportaient pour la première fois cessaient de le faire dans leur deuxième année. Lorsque nous lui avons demandé pourquoi il en était ainsi, il a dit que c'était parce que ces entreprises ne s'étaient pas préparées adéquatement. Elles ne s'étaient donc pas rendu compte de la difficulté qu'il y a à exporter à Cuba, par exemple, et du temps qu'il faut attendre pour être payé. Sans compter qu'on ne peut pas toujours accepter du sucre en paiement.

Nous avons différents scénarios de ce genre, mais c'était certainement parce que les entreprises ne faisaient pas ce qu'elles avaient à faire. Par conséquent, un programme comme le vôtre donne un service intégral. Comment en faites-vous la promotion dans la communauté des affaires pour que les entreprises connaissent le service, les besoins et les résultats possibles?

M. Michael Danagher: Je crois que les besoins de la communauté des PME en matière d'expansion des marchés étrangers sont dynamiques. Avec le développement d'eBay et d'Alibaba, par exemple, de nouvelles chaînes sont établies pour les sociétés.

Au Service des délégués commerciaux d'Affaires mondiales Canada, nous essayons de déterminer où ces tendances vont mener. Parfois, le succès que nous enregistrons ne va pas aussi loin que nous l'aurions voulu. Cela dit, comme nous avons essayé de l'expliquer, le facteur important dans ce cas est le partage. Nous croyons que les entreprises doivent payer une partie du coût. Cela représente un engagement de leur part.

Nous comprenons bien que les PME ont toutes sortes de difficultés à réaliser leurs objectifs au jour le jour, à payer leur personnel, etc. En même temps...

Il est assez surprenant de constater que pour certaines PME, les ventes à l'étranger représentent 90 à 100 % du chiffre d'affaires. Je ne crois pas qu'il existe une seule petite entreprise qui ait exactement les mêmes besoins qu'une autre. C'est pour cette raison que nous essayons, dans notre programme, de nous montrer aussi souples que possible et de nous adapter aux circonstances...

Mme Elise Racicot: J'ajouterai simplement que nous communiquons les résultats obtenus par notre Service des délégués commerciaux. Les bénéficiaires conviennent que nous offrons des services pratiques qui les aident dans les efforts qu'ils déploient à l'échelle internationale.

En général, si une société ne travaille pas déjà avec le Service des délégués commerciaux, un membre de la mission et un autre du bureau régional au Canada entrent probablement en contact avec elle. Le bureau régional peut l'aider à se préparer à affronter le marché étranger et s'assurer qu'elle est en contact avec le délégué commercial compétent de la mission, qui peut l'aider sur le terrain.

C'est un autre moyen auquel nous recourons pour nous assurer non seulement que le programme donne une aide financière, mais aussi qu'il permet aux bénéficiaires de prendre contact avec notre réseau aussi bien à l'étranger qu'au Canada.

Mme Karen Ludwig: Je vous remercie.

Ma question suivante concerne les femmes qui exportent. Je fais partie de différents comités. Un peu plus tôt cette semaine, nous avons entendu un expert qui nous a dit que, parmi toutes les entreprises canadiennes appartenant à des femmes, seules 5 % font de l'exportation. Ces femmes ont de la difficulté à obtenir du financement, particulièrement des prêts, et à développer des réseaux.

Nous savons que, dans la région de l'Atlantique, seulement 9 % des entreprises exportent. Quel genre de services pouvez-vous offrir à ces femmes?

Le président: Il faudrait que la réponse soit très brève.

M. Michael Danagher: Comme je l'ai mentionné, nous avons au ministère le programme Femmes d'affaires en commerce international, qui a été lancé en 2005. Il s'est développé et a eu beaucoup de succès. Je crois qu'il se fonde sur trois piliers différents.

Le premier est l'échange d'information. Le programme produit un bulletin et anime un groupe LinkedIn et toutes sortes d'autres activités du même genre. Le deuxième pilier consiste à produire un profil du secteur en général et le troisième, qui est le plus important à mon avis, est la participation de femmes d'affaires aux missions commerciales internationales. Les missions sont axées sur des programmes d'approvisionnement ou de diversité offerts le plus souvent par des entreprises Fortune 500. Nous avons commencé par les États-Unis. Nous envisagerons aussi pour l'avenir les programmes semblables qui existent dans d'autres pays.

•(1600)

Mme Karen Ludwig: Merci beaucoup.

Le président: Je vous remercie.

Je vais maintenant passer aux conservateurs. Je suis heureux de voir que mon ami Earl Dreeshen est ici. C'est un plaisir de vous revoir. Nous avons bien travaillé en faveur des agriculteurs lorsque nous étions au Comité de l'agriculture.

Je suppose que vous allez partager votre temps de parole avec M. Ritz. À vous, monsieur Ritz. Vous pouvez passer en premier.

L'hon. Gerry Ritz (Battlefords—Lloydminster, PCC): Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins de leur présence au Comité aujourd'hui.

J'ai vu que ce programme a démarré le 5 janvier 2016 avec 50 millions de dollars. Auparavant, il y avait un autre programme qui portait un nom différent, mais qui disposait aussi de 50 millions de dollars. Quel était donc le titre de ce programme? J'ai essayé de m'en souvenir...

M. Michael Danagher: C'est le même programme. Il a été annoncé par le premier ministre en mars 2015, dans le cadre du budget, mais le programme même n'a démarré...

L'hon. Gerry Ritz: Oui, mais il y avait d'autres programmes du même genre avant que celui-ci ne soit annoncé à nouveau. Ces programmes existent depuis des années.

Avec le nouveau titre et un nouveau financement, je me demande si votre mandat a changé lui aussi.

M. Michael Danagher: Les conditions ont reçu l'approbation de la ministre Freeland. Le mandat consiste à aider les PME. Il n'a donc pas changé.

L'hon. Gerry Ritz: Collaborez-vous étroitement avec EDC? Comblez-vous les lacunes? Vous êtes peut-être plus souples qu'EDC. Desservez-vous des pays où EDC n'a pas d'activités? Êtes-vous bien coordonnés? Vous relevez tous deux d'Affaires mondiales Canada.

M. Michael Danagher: Absolument. Nous avons des relations étroites avec EDC, la Corporation commerciale canadienne et, en fait, avec la Banque de développement du Canada.

L'hon. Gerry Ritz: Avec Agri-Marketing aussi?

M. Michael Danagher: Oui. Elise doit s'entretenir demain avec nos homologues responsables de ce programme. La collaboration est très étroite.

Pour répondre à une question que l'un des membres du Comité a posée, je voudrais préciser que nous essayons de faire en sorte qu'il n'y ait pas trop de confusion parmi les PME clientes. Les entreprises veulent s'adresser aux personnes compétentes et obtenir les services dont elles ont besoin le plus rapidement possible.

L'hon. Gerry Ritz: Faites-vous la promotion de vos services sur place? Assistez-vous par exemple à des foires commerciales? Y établissez-vous un kiosque où les gens peuvent venir vous voir?

M. Michael Danagher: Absolument. Nos délégués commerciaux qui travaillent au Canada — il y en a 95 basés dans 17 villes —, passent toute leur journée à faire des visites sur place.

L'hon. Gerry Ritz: Très bien. Je vous remercie.

Le président: À vous, monsieur Dreeshen.

M. Earl Dreeshen (Red Deer—Mountain View, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président. Je remercie les témoins de leur présence aujourd'hui.

Mon expérience se situe du côté agricole, notamment dans le domaine du marketing.

J'ai eu l'occasion de me rendre à Londres avec l'ancien ministre Ed Fast et l'ancien premier ministre. Nous étions accompagnés de 30 à 40 représentants de petites entreprises venus rencontrer des distributeurs qui voulaient s'établir en Europe. Nous avons essayé de nous assurer qu'ils disposaient de renseignements suffisants pour comprendre différentes choses un peu étranges pour eux, comme la taille des conteneurs, la livraison ponctuelle, les réseaux de distribution, etc.

Ils étaient tellement nombreux, et la plupart des produits... Venant des Maritimes, il y avait toutes sortes de produits différents du poisson qui avaient été transformés. Les gens d'affaires voulaient savoir ce qui arriverait. Ils essayaient de se positionner en prévision des événements attendus trois ou quatre ans plus tard.

Cela relevait probablement du programme AgriMarketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, mais c'était un moyen de faire comprendre ce qui arrivait à un petit groupe de personnes. Je crois que c'est un aspect important du travail, que nous continuons à examiner.

Je m'inquiète cependant des moyens de mesurer le succès de ce programme. Il y a différents points de repère. J'ai lu une partie des renseignements d'introduction concernant ce qui s'est produit entre février et mai 2015. Nous avons ici les données de Statistique Canada.

Que cherchez-vous exactement? Quels indicateurs avez-vous établis pour déterminer ce que vous pouvez attendre à l'avenir?

M. Michael Danagher: Je vous remercie de votre question.

Les lignes directrices du programme exigent que chaque demandeur présente un rapport sur ses réalisations en même temps qu'il fait une réclamation pour les dépenses engagées. Les demandeurs peuvent le faire étape par étape. Par exemple, ils peuvent présenter un rapport sur une visite effectuée dans un marché même si quatre visites ont été approuvées. Ils peuvent aussi en même temps présenter une réclamation. Nous croyons que c'est pour eux une occasion de faire le point sur les gens avec qui ils ont eu des contacts, peut-être en prévision d'un partenariat.

Comme je l'ai mentionné dans mon exposé, nous recevons des réactions informelles. Nous avons de bonnes relations avec beaucoup de nos demandeurs. Ainsi, ils nous informent au fur et à mesure. À la fin de leur projet, puis à des intervalles d'un an et de trois ans par la suite, ils nous présentent des rapports officiels plus structurés. À ce stade, nous déterminons si des exportations ont découlé de leurs activités.

En toute franchise, nous sommes encore assez loin du moment où nous pourrions déterminer le rendement financier du programme. Toutefois, nous pouvons nous fonder sur plusieurs programmes précédents. Nous sommes donc assez sûrs de voir des résultats positifs.

● (1605)

M. Earl Dreeshen: Merci beaucoup.

Le président: Je vous remercie, monsieur Dreeshen.

Nous allons maintenant passer aux libéraux.

Monsieur Fonseca, la parole est à vous.

M. Peter Fonseca: Merci, monsieur le président.

Compte tenu de l'incertitude qui règne depuis quelques semaines — environ un mois — chez nos voisins du Sud, avez-vous encouragé les entreprises qui visent d'autres marchés? Je sais que 89 % des PME qui exportent vendent leurs produits aux États-Unis, mais encouragez-vous les entreprises à chercher des débouchés ailleurs? Les exportateurs qui font le plus gros de leurs ventes aux États-Unis vous ont-ils fait part de leur inquiétude? Vous demandent-ils conseil sur les possibilités de pénétrer d'autres marchés?

M. Michael Danagher: Je vous remercie de votre question.

Les délégués commerciaux ne donnent pas de conseils aux entreprises sur les marchés à explorer. Les sociétés font leurs propres analyses de rentabilité. Nous pouvons leur fournir des renseignements sur les marchés qui conviennent le mieux à leurs produits, mais, en fin de compte, il leur appartient de décider et d'assumer les risques de leur décision. Nous continuons à recevoir des demandes de sociétés qui s'intéressent à tous les marchés. Je dirais que les États-Unis restent en première position. Globalement, le marché américain est le plus populaire.

M. Peter Fonseca: Puisque nous devons signer l'AECG avec l'Union européenne, ne conviendrait-il pas d'encourager les entreprises qui se présentent chez vous à s'intéresser à cet accord? Elles n'y pensent peut-être pas. Ne pensez-vous pas qu'il serait bon de le faire dans le cadre d'une approche proactive?

M. Michael Danagher: Absolument. En fait, comme je l'ai mentionné, nous travaillons avec les provinces pour organiser la promotion de l'AECG. Nous venons de terminer ces dernières semaines un certain nombre de séances d'information dans le Canada atlantique et les Prairies. Nous étions présents avec nos délégués commerciaux, qui faisaient la promotion du programme CanExport. Nous nous attendons en conséquence à recevoir un certain nombre de demandes.

M. Peter Fonseca: Je vous remercie.

Enfin, comment mesurez-vous votre rendement — non sur le plan interne, mais à l'extérieur — par comparaison à la Chine, à l'Inde, aux pays européens, etc.? Comment nous comparons-nous aux autres sur la base de programmes similaires?

Faisons-nous des comparaisons de ce genre? Avons-nous des moyens pour le faire? Examinez-vous les pratiques exemplaires?

M. Michael Danagher: Oui. En fait, nous le faisons régulièrement. Lors de l'étude initiale du programme, nous avions examiné des analyses complètes des programmes de pays tels que la Nouvelle-Zélande et l'Australie.

Nous nous tenons au courant des nouveaux programmes qui sont mis en oeuvre, et nous passons en revue leurs suggestions, leurs idées et, très franchement, leurs exemples de réussite. La plupart des programmes mis en place par nos concurrents ont bien réussi, d'après leurs propres évaluations.

Mme Linda Lapointe: J'ai une question à poser.

Le président: Oui, madame Lapointe.

[Français]

Mme Linda Lapointe: Merci, monsieur le président.

Un rapport a été présenté par le Comité permanent du commerce international en juin 2015. Vous devez être au courant de ce rapport. Il disait que, souvent, le problème des entreprises était d'obtenir du financement abordable. Les PME avaient de la difficulté à en obtenir. Est-ce encore le cas deux ans plus tard?

Mme Elise Racicot: D'une certaine façon, je crois qu'un outil comme celui-ci permet déjà d'accorder un certain financement à ces

PME qui visent l'exportation. Nous travaillons aussi conjointement avec des partenaires, comme la BDC et d'autres, qui offrent ce genre de financement aux entreprises.

Mme Linda Lapointe: En ce qui touche particulièrement le capital de risque, c'est au moment où les PME étaient prêtes à exporter que le financement était difficile à obtenir.

Mme Elise Racicot: D'une certaine façon, c'est un peu le rôle de ce programme, soit le partage du risque avec les entreprises qui désirent exporter. Cela n'existait pas au moment du rapport en question. Je dirais qu'il y a eu une amélioration avec l'entrée en vigueur de ce programme.

Mme Linda Lapointe: Plus tôt, mon collègue parlait du nouvel accord de libre-échange avec l'Europe. Des discussions sont déjà entamées. Vous avez parlé des Maritimes et des Prairies. Est-ce que vous avez fait des interventions en Ontario et au Québec pour justement préparer les entreprises à l'accord européen?

• (1610)

M. Michael Danagher: Oui. Nous avons planifié beaucoup d'événements avec nos partenaires provinciaux. En fait, en Colombie-Britannique, il y a eu quelques événements à l'automne 2016. Notre relation avec le Québec est très étroite. Six événements y sont prévus au cours des prochains mois. Toutes les provinces sont, à ma connaissance, très intéressées à tirer parti des avantages de l'accord.

[Traduction]

Le président: Je vous remercie.

Chacun a eu la possibilité de poser des questions. Il nous reste encore quelques minutes. C'est le tour des conservateurs, mais ils ont cédé quelques minutes au NPD. Par conséquent, madame Ramsey, si vous avez une petite question à poser, allez-y.

Mme Tracey Ramsey: J'ai effectivement une petite question.

Vous avez parlé de réactions officielles et informelles que vous recevez des participants. Je sais que vous ne faites qu'offrir du financement, mais je me demande si les PME s'inquiètent ou se soucient des obstacles non tarifaires. Je me demande aussi si vous échangez des renseignements à ce sujet avec d'autres programmes et ministères. Bref, quel genre de collaboration existe actuellement?

M. Michael Danagher: À ma connaissance, aucune préoccupation de ce genre n'a été exprimée. Lorsque nous recevons une analyse de rentabilité, nous en discutons avec nos experts géographiques et sectoriels pour déceler d'avance d'éventuels problèmes. Cela ne veut pas dire que nous contrôlons les circonstances à 100 %. Les pays peuvent facilement changer leur réglementation ou modifier leurs conditions de façon ponctuelle.

Nous essayons bien entendu de donner les meilleurs conseils possibles. Je crois qu'il est raisonnable de dire que l'un de nos objectifs est de nous assurer que le client est en contact avec le Service des délégués commerciaux et que celui-ci lui fournit les renseignements les plus récents au fur et à mesure.

Pendant que j'étais moi-même délégué commercial à l'étranger, j'ai aidé des sociétés à pénétrer des marchés, après quoi je n'ai pas eu de leurs nouvelles pendant des années. Quand tout va bien, nous n'avons pas besoin d'aller leur parler, mais les responsables de ces sociétés peuvent venir nous voir un jour pour nous dire: « Vous souvenez-vous de moi? Nous nous sommes établis sur ce marché et nous nous sommes bien débrouillés, mais, tout à coup, il y a un problème. »

Mme Tracey Ramsey: Je vous remercie.

Le président: Vous êtes un peu comme un médecin. Si les clients ne viennent pas, c'est que tout va bien.

Merci beaucoup de votre participation à nos travaux. Nous avons beaucoup apprécié les renseignements que vous nous avez présentés. Chacun a eu l'occasion de vous poser des questions. Si vous pouvez

tous revenir à l'occasion de la comparution de la ministre, nous vous en serions très reconnaissants. Merci beaucoup.

Nous allons suspendre la séance pendant quelques minutes, après quoi nous poursuivrons à huis clos.

[La séance se poursuit à huis clos.]

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.

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.

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