



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 053 • 2^e SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le lundi 20 avril 2015

Président

M. Randy Hoback

Comité permanent du commerce international

Le lundi 20 avril 2015

• (1535)

[Traduction]

Le président (M. Randy Hoback (Prince Albert, PCC)): Bon retour au comité, chers collègues. Je suis heureux de tous vous revoir après ces deux semaines dans nos circonscriptions. Je sais que vous avez été très occupés et que vous aviez vraiment hâte de revenir à Ottawa en vue de poursuivre, conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, notre étude sur les petites et moyennes entreprises.

Nous accueillons des représentants du Conference Board du Canada, de Deebie's SpecialTea Foods Ltd., et de Lingo Media Corporation, et nous avons en vidéoconférence un représentant d'Archipelago Marine Research Ltd.

Je crois que je suivrai l'ordre établi dans l'avis de convocation. Je tiens à rappeler aux témoins qu'ils ont huit minutes chacun.

Commençons par le Conference Board du Canada.

Monsieur Hodgson, vous avez huit minutes.

M. Glen Hodgson (premier vice-président et économiste en chef, Conference Board du Canada): Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité. Je suis heureux d'être de retour. Je suis venu témoigner il y a quatre ou cinq ans pour traiter de certains aspects du commerce.

La séance d'aujourd'hui porte sur les petites entreprises et le commerce international. Ne m'en voulez pas, mais j'aimerais commencer mon exposé par un commentaire que j'ai écrit dans le *Globe and Mail* il y a environ un an; ce commentaire s'intitule « Governments need a surgical approach for helping small business ». Je dis, données à l'appui, que l'économie canadienne se fonde sur les petites entreprises, et ces données sont tirées du site web de Startup Canada. Néanmoins, je crois que nous avons probablement tort de mettre l'accent sur les petites et moyennes entreprises. Je préférerais que nous concentrions notre énergie sur les entreprises qui misent sur la croissance. J'ai trouvé cette expression, « GOE », pour « growth-oriented enterprises », comme « aller » en anglais, et c'est le point central de mon commentaire.

Dans mon commentaire, j'ai parlé de certaines données. Il y a un énorme écart de productivité entre le Canada et les États-Unis; malheureusement, une grande part de cet écart est attribuable aux petites entreprises canadiennes. C'est donc en fait un facteur négatif dans le fonctionnement de notre économie, selon moi. Je m'inquiète que nous en ayons peut-être trop fait pour nos PME adorées en ce qui a trait au régime fiscal et à d'autres aspects dans nos politiques publiques.

Je soutiens que le gouvernement doit appuyer les petites entreprises, mais il faut vraiment le faire intelligemment. J'aime appuyer les petites entreprises. J'ai passé une décennie de ma carrière à EDC, qui a à peu près adopté le bon modèle, selon moi. Il est efficace et efficient. Je crois que je vais vous lire le dernier paragraphe de mon commentaire pour traiter de mon premier point.

Au lieu d'appuyer les PME en fonction de leur taille, les gouvernements devraient concentrer leur énergie et leurs maigres ressources sur d'autres caractéristiques plus importantes, sans tenir compte de la taille de l'entreprise: un fort potentiel de croissance; la capacité d'innovation; la capacité établie de lancer de nouveaux produits et services; et la volonté et l'expertise de percer avec succès de nouveaux marchés en expansion.

Voilà le point de départ. J'aime les petites entreprises; cependant, à mon avis, ce que nous cherchons vraiment, ce sont des entreprises qui ont un fort potentiel de croissance. Le Conference Board a fait beaucoup de recherches au fil des ans sur les petites entreprises et les débouchés sur la scène internationale. En fait, j'en ai apporté deux pour vous en donner une idée. Nous en avons probablement une dizaine. Je travaille au Conference Board depuis maintenant 10 ans, et nous avons fait de nombreuses recherches sur les petites entreprises et la position du Canada sur l'échiquier mondial. Je crois que nous avons le meilleur organisme de recherche du secteur privé, soit le Centre du commerce mondial, qui fait beaucoup de recherches sur la position du Canada sur l'échiquier mondial.

Nous avons réalisé deux études il y a environ six ans: *Canadian SMEs and Globalization: Success Factors and Challenges* et *Survival of the Fittest: Which SMEs Internationalize Most Extensively and Effectively?* En somme, l'appui accordé aux petites entreprises semble fondé à première vue, mais nous devons vraiment nous pencher sérieusement sur la question. Nous devons vraiment nous demander comment nous pouvons utiliser le plus efficacement possible nos ressources limitées.

J'aimerais terminer mon exposé avec deux ou trois commentaires sur des conseils stratégiques gratuits sur la manière d'organiser l'administration fédérale pour soutenir les petites entreprises. Premièrement, ce n'est pas donné à tous de percer les marchés mondiaux. Les recherches nous apprennent que les entreprises connaissent du succès si elles ont au départ certaines caractéristiques importantes, qu'elles ont de l'expérience internationale et qu'elles ont presque le bon écosystème ou la bonne culture. Avez-vous une bonne culture organisationnelle? Comprenez-vous ce dans quoi vous vous embarquez? Avez-vous de l'expérience dans le commerce international? Renforcez-vous votre expertise et votre capacité de gestion? Vous devez vous poser ces questions avant même d'examiner d'autres aspects, notamment la recherche de partenaires et de clients à l'étranger et l'obtention de suffisamment de capitaux et de capital de risque. Je prétends qu'il faut pratiquement faire une présélection avant d'encourager des entreprises à se tourner vers les marchés mondiaux.

J'ai eu l'occasion au sein d'EDC de me pencher sur bon nombre de pratiques commerciales internationales et de conclure des marchés. J'ai été directeur des relations gouvernementales, puis j'ai occupé le poste de vice-président des politiques avant de devenir économiste en chef adjoint sous un certain Stephen Poloz — vous le connaissez peut-être. Steve a été mon patron durant trois ans. Nous avons beaucoup appris au sujet des chaînes de valeur mondiales et de la manière dont se fait le commerce aujourd'hui. Nous avons notamment essayé d'encourager les entreprises canadiennes à se tailler une place dans les chaînes de valeur de grandes sociétés. Au lieu d'avoir une relation entre une entreprise et des consommateurs, vous optez pour une relation interentreprises et faites partie d'une chaîne de valeur mondiale. Vous pouvez toujours trouver directement des clients à l'étranger, mais de plus en plus d'entreprises canadiennes connaissent du succès lorsqu'elles se taillent une place dans un écosystème mondial et font partie de chaînes de valeur mondiales.

Je suis un grand partisan du Service des délégués commerciaux, d'EDC et de la BDC. En fait, je crois que nous avons pratiquement le bon modèle d'affaires dans les trois cas, mais nous pouvons toujours faire mieux. Je me souviens en fait de l'époque où nous payions les petites entreprises pour aller assister à l'étranger à des foires commerciales et qu'il y avait divers programmes gouvernementaux. Je ne suis pas certain que nous en avons vraiment pour notre argent. J'aime bien l'orientation prise par EDC et la BDC. Nous connaissons très bien Jean-René Halde, qui est président de la BDC. Il se concentre vraiment sur les entreprises à fort potentiel de croissance. À mon avis, c'est la formule gagnante. Nous ne nous disons pas qu'il faut plus d'argent; nous cherchons en fait la manière d'utiliser nos ressources de façon plus ciblée.

Nous devrions être fiers d'avoir deux solides banques d'État au Canada, soit la BDC et EDC, et un efficace Service des délégués commerciaux. À mon avis, il suffit de nous concentrer sur les possibilités de croissance: faire une présélection, déterminer les entreprises qui ont les capacités de connaître du succès et leur fournir du soutien par l'entremise d'organismes gouvernementaux essentiels et de sociétés d'État pour les rendre vraiment efficaces.

Je vais m'arrêter là, monsieur le président. Je serai très heureux de répondre aux questions des membres du comité.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Hodgson.

Passons aux représentants de DeeBee's SpecialTea Foods Limited. Nous accueillons Dionne Laslo-Baker et Stephen Baker, et vous ferez chacun un exposé.

Je crois comprendre que vous prendrez la parole en premier, Dionne.

Mme Dionne Laslo-Baker (propriétaire et directrice générale, Deebee's SpecialTea Foods Ltd.): Oui. Je ferai en grande partie l'exposé.

Comme vous l'avez dit, je m'appelle Dionne Laslo-Baker. Jamais je n'aurais pensé qu'un jour je viendrais vous parler à titre de représentante de l'industrie alimentaire. Je suis chercheuse dans le domaine médical. J'ai un doctorat en toxicologie maternelle et foetale. J'ai étudié les effets de l'exposition à des drogues et à des produits chimiques dans l'environnement sur le développement du fœtus et de l'enfant et la santé humaine.

Mon mari et moi avons un fils qui s'appelle David. Lorsque David avait trois ans, nous avons décidé de retirer de son alimentation tout sucre raffiné, tout arôme artificiel et tout colorant artificiel, et nous avons constaté une différence marquée. C'était toujours difficile pour nous de lui trouver une collation ou un dessert. Il y a trois ans,

j'étais dans la cuisine; je me mêlais de mes affaires et je ne me cherchais pas une nouvelle carrière. David faisait de la tisane biologique; et son frère, des sucettes glacées, puis l'un des deux a dit: « Maman, faisons des sucettes glacées à la tisane. »

Plus tard, mon mari et moi avons constaté que personne dans le monde ne produisait de gâteries glacées à la tisane ou au thé biologiques. Nous avons donc décidé d'envoyer notre produit au World Tea Media. Nous nous sommes dit que, si quelqu'un savait si un tel produit existait, ce serait ce groupe. Nous avons eu la surprise de recevoir de cet organisme le prix du nouveau produit de l'année, et nous avons alors réalisé que nous avions là un bon concept.

En compagnie d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, nous avons participé au Fancy Food Show; c'était une occasion où le soutien pour nous y rendre a porté ses fruits. Nous y avons rencontré Mary-Jane Ginsberg, qui était la déléguée commerciale en Californie. Elle a joué un rôle clé en vue d'aider notre entreprise. Elle nous a présentés à certains gros bonnets de Whole Foods, de Kroger et d'autres grandes entreprises.

À l'époque, nous n'avions même pas encore terminé une boîte. Nous avons décidé de tester les eaux pour vérifier que c'était quelque chose de viable. Ce produit pourrait-il faire long feu sur le marché? Après avoir vu les longues files d'attente dans les allées et avoir été nommés la crème de la crème par l'émission *Good Morning America* et le *Wall Street Journal*, nous avons compris que nous avions vraiment un bon produit. Nous sommes retournés rapidement à la maison; nous avons fait une boîte; et nous sommes entrés sur le marché environ deux mois plus tard.

Nous avons lancé nos produits sur le marché américain il y a un peu plus d'un an. Les gens peuvent maintenant se procurer nos produits dans la moitié des États-Unis. Nous avons lancé nos produits dans des Sprouts Farmers Market, soit une chaîne d'un peu plus de 200 épiceries. Notre objectif était de lancer nos produits dans les États du sud pour y vendre nos produits durant les mois d'hiver, étant donné que c'est un marché plutôt sec comparativement au marché canadien. Nous sommes rapidement passés d'une très petite entreprise à Victoria aux magasins Whole Foods dans le Midwest, et nous espérons rendre disponibles partout au pays nos produits. Nous sommes justement en pourparlers avec Whole Foods. Nos produits seront distribués dans les Whole Foods partout au Canada; nous en parlons avec Loblaws et Sobeys. Nous avons également des discussions avec Kroger et des détaillants américains.

Je suis l'une des plus ferventes adeptes de la philosophie de la reconnaître lorsque je ne connais pas une chose et de demander de l'aide. Mon équipe en est consciente. Cela vaut pour tout. Si vous venez me parler, je vais vous demander des conseils, parce que je sais la reconnaître lorsque je ne connais pas une chose.

À mon avis, l'un des aspects qui présentent des lacunes dans un grand nombre de nouvelles entreprises, en particulier dans le secteur alimentaire, c'est les connaissances sur la distribution. J'ai demandé à l'industrie de m'indiquer les meilleurs dans ce domaine, et des gens m'ont parlé d'une équipe en Californie. Par contre, je me suis fait dire que cette équipe n'accepterait pas de nous aider, qu'elle était la meilleure dans son domaine, que son horaire était déjà bien rempli et qu'elle n'acceptait plus personne. Je vous le donne en mille; cette équipe travaille maintenant avec nous. Elle nous représente et nous aide à croître.

Le gouvernement a joué un rôle très important. En fait, j'ai été très surprise de l'ampleur de l'aide reçue, en commençant par les délégués commerciaux, dont le soutien a été extrêmement bénéfique. Malheureusement, le poste de Mary-Jane Ginsberg a été supprimé, ce qui est dommage, parce qu'elle était extrêmement utile. Selon moi, ce qui explique en partie sa force, c'est que son mari et elle avaient l'entreprise Blue Monkey Coconut Collection. Ils connaissaient donc bien le milieu de la distribution. Ils savaient à qui s'adresser.

C'était vraiment utile, et je crois que cet aspect la faisait ressortir du lot comparativement à ses homologues. J'ai trouvé cela dommage, parce qu'elle est partie et qu'aucun des autres délégués commerciaux n'a vraiment réussi à faire ce qu'elle faisait, même si nous avons collaboré avec l'Investment Agriculture Foundation of British Columbia, qui nous a vraiment soutenus dans certaines de nos initiatives de mise en marché, ainsi qu'Exportation et développement Canada.

Nous ne recevons pas de financement externe jusqu'à maintenant. Mon mari a fort heureusement un centre de chirurgie; nous avons donc été en mesure de gérer jusqu'ici la croissance par nos propres moyens, mais nous comprenons que nous aurons besoin d'investissements. Nous aurons besoin de capitaux externes. Je crois que c'est un défi que nous devons surmonter. Nous sommes rendus à une étape où peu d'entreprises se rendent, selon moi.

● (1540)

Nous avons commencé à recevoir des bons de commande. Certains détaillants nous disent: « Vous ne pouvez pas me faire faux bond, sinon vos produits seront retirés des tablettes. » Nous essayons d'obtenir des fonds. Nous nous sommes adressés à EDC. Les gens d'EDC nous ont été d'un très grand secours. En fait, ils nous ont dit qu'ils nous appuieraient à 100 % auprès des banques.

Ils m'ont ensuite proposé de m'adresser à la BDC, où, pour être honnête, je me suis heurtée à quelques obstacles. Quand on s'emploie à diriger une organisation, en plus de s'occuper de deux enfants et d'être responsable de tous les menus détails, la tâche peut devenir assez difficile. Nous dirigeons également un centre de recherche et d'innovation dans le cadre du Programme d'aide à la recherche industrielle du CNRC, où un certain nombre de membres de notre équipe participent à des stages. Je supervise tout le monde. Dans le cas de la BDC, j'ai trouvé qu'à chaque étape du processus, on nous disait qu'il fallait prendre telle ou telle mesure, qu'il nous manquait telle ou telle chose ou qu'il fallait des investisseurs en actions. Par ailleurs, le fait que nous ayons financé notre entreprise par nos propres moyens a joué en notre défaveur. Les gens de la BDC nous ont dit qu'ils voulaient voir d'autres parties intéressées. Je leur ai dit que d'autres avaient déjà frappé à notre porte, mais que nous avions décidé de maintenir l'entreprise telle quelle, c'est-à-dire une entreprise familiale appartenant à une femme. Bref, j'ai trouvé ce processus très difficile.

Il y a quelques semaines, un des membres de mon équipe m'a envoyé un courriel pour m'informer que la BDC a débloqué 700 millions de dollars à l'intention des femmes entrepreneures. Du coup, j'ai téléphoné à la BDC, et on m'a répondu: « Eh bien, nous en avons entendu parler, mais nous n'en savons rien pour l'instant. » Bon, d'accord. Alors, j'ai reparlé avec la BDC aujourd'hui et on m'a dit que oui, des fonds ont été mis de côté, mais que c'est la même chose que l'autre investissement de la BDC; il s'agit de la même démarche. Ce n'est pas tellement différent de l'autre programme, sauf que celui-ci s'adresse aux femmes.

En tout cas, la BDC ne tient pas vraiment compte de nos besoins, contrairement au Programme d'aide à la recherche industrielle du CNRC, où une spécialiste m'a aidée à toutes les étapes du processus. Je parle avec elle presque toutes les semaines, ou toutes les deux semaines, pour déterminer comment notre entreprise peut s'améliorer. Nous créons de nouveaux produits novateurs. Nous avons maintenant trois ou quatre produits à l'étape de l'innovation, et on nous a dit qu'ils seront aussi importants, voire plus importants, que nos produits actuels. L'employée de la BDC représente un lien direct, et elle m'a aidée à améliorer cet aspect de notre entreprise. Si nous avions accès à une telle aide du côté financier, ce serait utile pour les entreprises, car elles pourraient ainsi se rendre à cette étape.

J'aime vraiment l'idée — comme vous l'avez dit — des entreprises qui misent sur la croissance et qui présentent un fort potentiel de croissance. On doit être en mesure de les encourager en nommant une personne chargée de s'occuper de leur dossier, comme ce qui se fait au CNRC dans le cadre du Programme d'aide à la recherche industrielle.

Nos produits suscitent de l'intérêt partout dans le monde. Toutefois, l'Union européenne nous pose un défi. Nous exportons aux États-Unis, mais nous sommes désavantagés lorsque nous vendons des produits fabriqués au Canada, car nous ne bénéficions pas d'un accord avec le Royaume-Uni et l'Union européenne, au même titre que celui conclu avec les États-Unis.

Je pense que mon mari aimerait dire un mot à ce sujet.

● (1545)

M. Stephen Baker (Deebie's SpecialTea Foods Ltd.): En ce qui concerne l'accord d'équivalence pour le commerce de produits biologiques avec l'Union européenne, nos homologues européens sont heureux d'accepter nos matières premières, mais pas nos produits manufacturés. C'est une question qu'il faudra régler. Nous devons obtenir de nouvelles certifications, ce qui exige beaucoup de temps et d'argent, et les gens y renoncent tout simplement.

Le président: Merci beaucoup. Les joies de l'Union européenne: j'en sais quelque chose en raison de mon expérience de travail précédente.

Nous allons maintenant entendre notre prochain témoin, Gali Bar-Ziv, qui représente Lingo Media Corporation.

M. Gali Bar-Ziv (directeur des opérations, Lingo Media Corporation): Oui, Gali Bar-Ziv: « Bar » signifie « fils » et « Ziv », « lumière » — donc, fils de lumière.

Le président: Comme un rayon de soleil.

Des voix: Oh, oh!

M. Gali Bar-Ziv: C'est avec un autre accent.

Le président: Veuillez donc nous éclairer, monsieur.

Des voix: Oh, oh!

Une voix: Vous êtes rayonnant.

Le président: Vous avez la parole pendant huit minutes.

M. Gali Bar-Ziv: Merci.

Tout d'abord, bonjour à tous.

Merci, monsieur le président et madame la vice-présidente. C'est pour moi un privilège d'être ici.

Comme vous pouvez le voir, mon nom est un peu différent. Comme beaucoup de Canadiens, je ne suis pas né ici. Je suis fier d'être Canadien. Je suis venu ici vers l'âge de 16 ans dans le but d'entreprendre un MBA à Toronto.

Je suis originaire d'Israël, et je vais prendre quelques instants pour vous parler — en quelques phrases ou paragraphes, si vous voulez — des caractéristiques de ce pays, parce que je crois qu'en matière de commerce international, il y a lieu de tirer des leçons d'un pays qui est minuscule en comparaison avec le Canada. Évidemment, sa population n'est qu'une fraction de la nôtre, d'autant plus qu'Israël ne compte pas vraiment de ressources naturelles. Pourtant, la vaste majorité de son économie repose sur une chose: le commerce avec le monde extérieur.

Quand on regarde les frontières, on constate qu'Israël ne fait pas vraiment de commerce avec les pays voisins, mais il y a d'autres pays. Le gouvernement d'Israël a toujours appuyé sans réserve différentes entreprises et le commerce en général sous forme de financement et de réseautage, etc.

Examinons maintenant les entreprises spécialisées dans la technologie. J'ignore si vous le savez, mais les entreprises qui se classent au deuxième rang dans l'indice NASDAQ, après les entreprises américaines, ne sont pas canadiennes, mais israéliennes. Ce succès repose, en grande partie, sur les politiques commerciales.

Cela dit, grâce à l'accord de libre-échange entre le Canada et la Colombie, notre entreprise a eu la chance, l'année dernière, de remporter un contrat, entre autres, face à une entreprise israélienne, laquelle ne bénéficiait pas d'une telle entente. L'accord de libre-échange, assorti du système de points, a fait toute la différence.

Notre entreprise enseigne l'anglais. Nous combinons la technologie et le contenu dans un environnement en ligne. Le contrat que nous avons remporté visait à former des Colombiens partout au pays, dans le cadre d'un projet avec le gouvernement. Par conséquent, nous avons embauché 15 nouveaux employés — bien entendu, il s'agissait d'une courbe de croissance assez rapide.

Nous avons également un contrat avec le gouvernement de la Chine, dans le cadre duquel nous publions des livres en anglais. Nous occupons environ 60 % du marché dans les écoles primaires.

Vous serez fiers de savoir que les enfants chinois apprennent l'anglais canadien; c'est tout un exploit. Nous enseignons d'autres langues que l'anglais, surtout en Colombie, notamment le français et le mandarin.

Nous avons recours à des délégués commerciaux, car nous les trouvons très utiles, tout comme certains de nos collègues.

À moins d'une interaction directe avec les consommateurs, le monde des affaires repose, de par sa nature, sur les relations. Les meilleurs ne gagnent pas toujours; souvent, ce sont les contacts qui constituent la plus courte distance à parcourir pour atteindre l'objectif final, c'est-à-dire obtenir un contrat. Ces relations sont d'une importance capitale pour la réussite, peu importe laquelle. Les délégués commerciaux font une partie de ces travaux sur le terrain. Toutefois, les choses s'arrêtent là et, manifestement, ce sont les entreprises qui prennent alors le relais, ce qui est très bien.

Nous avons essayé de collaborer avec la CCC, mais nous avons trouvé que c'était plus difficile. Je pense que la CCC se concentre davantage sur les grandes organisations — les Bombardier du monde, les organisations axées sur la défense —, mais je pense que la croissance des petites et moyennes entreprises peut faire entrer des fonds au pays. C'est là que nous pouvons créer quelque chose et attirer des capitaux au pays. Au-delà des relations, il faut aussi du soutien, et je ne parle pas nécessairement de soutien financier. C'est tout aussi important pour essayer d'atteindre l'objectif.

En Israël, il y a ce qu'on appelle le Bureau du scientifique principal. C'est une organisation qui accorde beaucoup de fonds à la

recherche et au développement de technologies tous azimuts. Le bureau collabore différemment avec différents pays; en somme, nous voulons obtenir un contrat avec le scientifique principal en Israël.

Une organisation canadienne sans but lucratif collabore à la mise au point d'un système d'analyse de reconnaissance de la parole, qui analysera la façon dont une personne prononce les différents mots en anglais, lui permettant ainsi d'améliorer sa prononciation. Dans le cas des interlocuteurs asiatiques ou latino-américains, on peut améliorer leur compréhension au moyen de logiciels dotés d'un algorithme très perfectionné.

• (1550)

Encore une fois, je pense qu'il serait très utile que le Canada se dote de différents éléments en matière de commerce et qu'il offre peut-être plus d'aide, de moyens ou de possibilités aux petites entreprises, au lieu d'aider seulement les grandes entreprises.

Merci.

Le président: Merci beaucoup, Gali.

Nous passons à notre dernier témoin, Shawn Stebbins, président d'Archipelago Marine Research Ltd.

Monsieur Stebbins, vous avez huit minutes. Nous vous écoutons.

M. Shawn Stebbins (président, Archipelago Marine Research Ltd.): Merci, Randy.

Vous n'êtes pas le seul à avoir du mal à prononcer ce mot. Je vis avec cela depuis plus de 30 ans.

Bonjour, et merci pour l'invitation. Je suis navré de ne pas être là en personne. Je regrette de ne pas avoir pu me déplacer. Ottawa est une de mes villes préférées.

Je suis biologiste des pêches et président d'Archipelago Marine Research. Je suis également actionnaire de l'entreprise, où je travaille depuis presque le début de ma carrière.

Avant de commencer, je tiens à appuyer les propos de Glen sur l'idée qu'il faut essayer de concentrer les efforts sur les entreprises à croissance élevée et à grand potentiel. Cela me paraît relever du bon sens. J'aime à penser que notre entreprise pourrait entrer dans cette catégorie, mais il faudrait une évaluation indépendante pour le confirmer.

Notre entreprise a vu le jour vers la fin des années 1970. Elle existe depuis 38 ans. Elle a été créée par cinq diplômés en biologie marine qui voulaient essentiellement se mettre à leur compte et lancer leur propre entreprise. Je me suis joint à l'entreprise environ sept ans après sa création.

Archipelago affiche depuis longtemps une croissance soutenue. Elle se spécialise dans la prestation de services environnementaux touchant le milieu marin, principalement à partir de notre siège social à Victoria, à l'intention de clients des secteurs public et privé. Il s'agit tout de même d'une société privée, à laquelle participent activement quatre actionnaires.

Nous avons deux principaux secteurs d'activité: d'une part, la surveillance environnementale du milieu marin, l'évaluation et la planification des opérations maritimes et, d'autre part, la surveillance de la pêche commerciale, l'analyse des données et la production de rapports. Archipelago enregistre actuellement un chiffre d'affaires annuel de l'ordre de 10 millions de dollars, dont environ 85 % sont attribuables aux clients du secteur de la pêche commerciale.

Les services génèrent 90 % des revenus, alors que les produits comptent pour 10 %. Nos ventes internationales varient considérablement d'une année à l'autre, mais elles représentent généralement entre 15 et 25 % du total des ventes, ce qui comprend à la fois les produits et les services.

Nous avons un personnel de 170 à 200 travailleurs, dont certains sont saisonniers. C'est l'équivalent d'environ 135 années-personnes. La plupart des employés travaillent à Victoria.

Lorsque nous menons des affaires à l'échelle internationale, nous avons principalement recours à des entrepreneurs ou à des visites de courte durée. D'ailleurs, nous avons récemment établi une filiale à Canberra, en Australie, afin de fournir des services de surveillance électronique de la pêche commerciale pour le compte du gouvernement australien.

Le gros de nos ventes internationales repose sur cette nouvelle technologie, qui est le fruit d'une collaboration, entamée déjà en 2000, entre Archipelago et l'industrie locale. Il s'agit d'une plateforme informatique industrielle, dotée de capteurs et d'un certain nombre de logiciels parallèles qui facilitent la collecte, l'interprétation et la communication de données à bord d'un bateau de pêche commerciale en service.

Nous misons également sur la nouvelle technologie pour fournir des services consultatifs professionnels aux clients qui s'en servent. Nous aidons donc à concevoir des programmes de surveillance et à les mettre en oeuvre dans un contexte opérationnel.

Archipelago commercialise ces produits et services de surveillance électronique à l'échelle internationale depuis 2007. Nous comptons des clients en Australie et en Nouvelle-Zélande dans l'hémisphère Sud; au Danemark, en Écosse, en Angleterre, aux Pays-Bas, en Allemagne et en France, en Europe du Nord; et aux États-Unis. Nous avons également réalisé des projets avec des ONG et l'industrie de la pêche dans certains de ces endroits.

Qu'est-ce qui motive les clients à acheter ces produits? Ils veulent surtout améliorer la surveillance et les données connexes liées à la pêche commerciale afin de pouvoir prendre de meilleures décisions axées sur la science, la gestion et l'application de la loi. L'objectif ultime, bien entendu, c'est d'améliorer la santé des ressources halieutiques et la viabilité à long terme des pêches.

Par ailleurs, l'industrie de la pêche pourra en profiter si elle est en mesure de prouver qu'elle utilise des techniques de pêche durable. Ces pratiques favorisent la santé à long terme des ressources, mais les marchés des fruits de mer en bénéficient aussi, car on accorde de plus en plus d'importance à l'exploitation durable des produits de la mer.

Tout comme DeeBee's, Archipelago a choisi de financer elle-même le développement et la commercialisation de cette nouvelle technologie. Étant une entreprise basée sur les services depuis des décennies, nous avons eu des marges de profit relativement serrées. Voilà pourquoi nous avons fait face à d'importants défis au moment de mettre au point cette nouvelle technologie. Nous menons une lutte constante pour développer et fabriquer ces produits, tout en créant un marché qui est, au fond, tout nouveau.

• (1555)

Le défi réside, d'une part, dans notre manque d'expertise et de connaissances dans de nouveaux secteurs d'activité — comme Dionne, je n'ai pas peur d'admettre mon ignorance, car il y a beaucoup à apprendre — et, d'autre part, dans nos ressources financières limitées.

J'aimerais maintenant parler de certains des programmes et des ressources qui nous ont aidés en cours de route.

Je dirais tout d'abord que notre équipe de recherche et de développement, composée de cinq personnes, représente un nouveau coût pour notre entreprise, car elle ne génère pas de revenus compensatoires directs. À ce titre, le programme de crédit d'impôt pour la recherche scientifique et le développement expérimental s'est révélé très avantageux pour Archipelago sur le plan de la mise au point du matériel et des logiciels. Sans cette aide, nous n'aurions pas réussi à progresser autant.

À l'échelle locale, VIATeC — le Victoria Advanced Technology Council — et l'organisation Acetech, à Vancouver, ont joué des rôles de premier plan. Grâce à l'aide fournie par ces deux entités, les membres de notre personnel, dont moi-même, avons pu acquérir les compétences nécessaires à la mise au point de produits et mobiliser les ressources destinées au commerce international. Elles nous ont aidés à créer avec succès des produits et à améliorer nos processus de travail et nos compétences. Ces progrès, nous les devons aux programmes d'éducation, de mentorat et de réseautage dans notre milieu. Selon moi, ces organisations constituent un outil de communication important pour informer l'industrie au sujet des programmes gouvernementaux qui favorisent le développement du commerce international au Canada.

Plus récemment, nous avons commencé à accéder à l'aide financière et technique offerte dans le cadre du Programme d'aide à la recherche industrielle. À la suite d'une baisse récente des ventes d'Archipelago, ce programme nous a été d'un secours précieux; ainsi, nous avons pu continuer sur notre lancée en ce qui concerne le développement de produits et l'innovation en matière de la fonctionnalité, ce que nous n'aurions pas les moyens de faire. Nous avons également présenté une demande de prêt à terme auprès de notre banque, avec l'aide d'Exportation et développement Canada, dans le cadre du Programme de garanties d'exportations. Tout porte à croire que la demande sera approuvée. Je peux dire sans équivoque que si ce prêt n'était pas là pour appuyer l'investissement que nous avons fait dans notre filiale australienne, nous aurions de graves préoccupations à l'avenir.

Un autre défi auquel nous faisons face au chapitre des ventes internationales, et je pense que les autres témoins en ont aussi parlé, c'est le protectionnisme national. Nous avons pu le constater surtout aux États-Unis, où nous avons perdu certains appels d'offres contre des concurrents qui, selon nous, étaient moins qualifiés. Parfois, le protectionnisme se traduit par des contrôles légiférés, comme les marchés réservés aux petites entreprises aux États-Unis, mais il peut aussi être dicté par de simples énoncés de politique, comme la politique d'achat de produits américains. Dans certains endroits, nous nous sommes également heurtés à de la concurrence subventionnée par le gouvernement.

En résumé, l'autofinancement constitue probablement notre principal défi pour la recherche et le développement, la commercialisation et les ventes internationales, ainsi que pour l'établissement d'une présence internationale. Ensuite, il s'agit de perfectionner ou d'acquérir de nouvelles compétences pour la mise au point, la commercialisation et la vente de produits à l'échelle internationale. Enfin, il faut convaincre les gouvernements, y compris le vôtre, à adopter et à financer des mesures pour assurer la transition vers un nouvel outil efficace de surveillance de la pêche.

Merci.

• (1600)

Le président: Merci, monsieur Stebbins.

Nous allons amorcer la première série de questions.

Monsieur Rankin, vous avez la parole pendant sept minutes.

M. Murray Rankin (Victoria, NPD): Merci, monsieur le président.

Je remercie tous les témoins d'être ici, cet après-midi, tant en personne que sur Internet.

Je suis très heureux d'être ici. Habituellement, je ne siège pas à ce comité. C'est particulièrement plaisant pour moi, puisqu'il y a à la fois Mme Laslo-Baker et M. Baker de ma circonscription de Victoria, ainsi que M. Stebbins d'Archipelago Marine Research. Alors, sachez tous que je vous suis reconnaissant.

Je tiens à mentionner que vous êtes tous les deux de Victoria et que vous avez tous les deux reçus des prix d'excellence à l'exportation de la Colombie-Britannique — vous en avez eu un dans la catégorie nouvelle exportation, et l'entreprise de M. Stebbins en a eu un dans la catégorie viabilité.

Mes félicitations à tous les deux. C'est vraiment emballant.

J'aimerais vous demander à tous les deux — et j'invite aussi M. Bar-Ziv à le faire — de commenter ce qui suit. C'est une question très ouverte, et chacun d'entre vous a fait allusion à cela. Il s'agit de savoir comment le gouvernement du Canada peut améliorer la prestation de ses services aux petites entreprises comme les vôtres. Vous avez évoqué certains problèmes auxquels vous avez été confrontés en essayant d'augmenter vos exportations ainsi que certaines choses remarquables qui vous sont arrivées et qu'il importe de souligner.

Monsieur Stebbins, vous avez parlé de VIATeC. Vous avez dit qu'ils offrent des outils de communication de premier plan qui permettent d'en savoir plus long sur les programmes offerts par le gouvernement. Il convient donc de se demander si nous devrions recourir à des groupes comme celui-là pour passer le mot, ou si le gouvernement devrait communiquer plus directement.

J'aimerais que vous nous parliez des gains d'efficacité, des chevauchements et des lacunes.

Nous pourrions commencer par Deebec's.

Mme Dionne Laslo-Baker: Je suis titulaire d'un doctorat, alors mon expérience est surtout dans la recherche scientifique. Par conséquent, je savais qu'il était possible d'obtenir du financement, et je suis persuadée que cela m'a donné un certain avantage. Pour les entreprises qui débutent, je crois qu'il pourrait y avoir un système central — quelque chose comme le Conseil national de recherches du Canada ou le Programme d'aide à la recherche industrielle — où l'entreprise pourrait rencontrer quelqu'un qui l'aiderait à se lancer.

Je sais qu'il y a toujours la question de savoir qui a vraiment le potentiel de croissance recherché, mais je pense qu'il s'agit vraiment de s'aventurer en terrain inconnu. À moins que vous ne soyez un entrepreneur aguerri, je crois qu'il serait extrêmement profitable de recevoir des conseils sur la façon d'optimiser la matière grise qui existe au Canada. Beaucoup de gens viennent me voir pour que je leur donne des conseils sur la façon de démarrer, et je leur parle sans tarder de toutes les choses qui sont à leur disposition, mais je leur parle aussi de certains problèmes qu'ils pourraient avoir à surmonter.

Comme je l'ai dit, il pourrait être utile de s'inspirer des investisseurs stratégiques et même d'avoir une liste centralisée, comme le suggérait mon mari. Ce serait quelque chose qui tomberait à point nommé lorsque vous arrivez à l'étape où le potentiel de croissance est si grand que vous vous demandez s'il vous faudra diluer la qualité pour profiter de la manne. Nous devons nous poser

cette question au moment même où nous peinons à mettre de la nourriture sur la table parce que nous essayons tellement fort de répondre à la demande, alors que c'est précisément ce que nous souhaitons tous. Alors, je crois qu'il serait très profitable d'avoir de l'aide au début pour accéder à ce qui est offert, mais aussi en ce qui concerne la croissance sur le plan financier, laquelle est, bien entendu, la base de toute croissance.

● (1605)

M. Murray Rankin: Merci.

Est-ce que M. Stebbins a quelque chose à nous dire à ce sujet?

M. Shawn Stebbins: Bien sûr. En ce qui me concerne, tout se résume à disséminer l'information. Comme vous l'avez entendu dire, la plupart d'entre nous ont le nez plongé dans nos affaires. Je suis un biologiste de la vie aquatique, mon partenaire est un biologiste de la vie aquatique, et nous n'avons pas beaucoup d'expérience ou de formation dans les affaires. Par conséquent, pour nous, une large part du défi consiste à cerner les ressources existantes, à voir ce qu'elles sont, à les localiser et à trouver la façon d'y avoir accès.

Règle générale, nous en avons déjà assez sur les bras simplement à essayer de faire marcher l'entreprise. Nous travaillons dans notre entreprise, et l'une des choses que j'ai apprises en interagissant avec mes collègues et dans le cadre de la formation que j'ai reçue en commerce, c'est qu'il faut apprendre à travailler à son entreprise. Pour ceux d'entre nous qui essayent de préparer les paies et de maintenir l'entreprise à flot, il est souvent difficile de penser à d'autres aspects comme ceux-là. Alors tout mécanisme pour faire en sorte que cette information soit communiquée...

J'ai parlé de VIATeC et d'Acetech comme étant d'excellents organismes pour faire circuler l'information et pour créer des environnements où les PDG qui ont une meilleure expérience des affaires que moi peuvent travailler en groupes afin de partager leurs expériences les uns avec les autres. C'est quelque chose qui m'a aidé énormément.

Un autre aspect que je pourrais souligner — et cela se fait à Victoria, à tout le moins —, c'est que nous avons noué des liens avec certaines figures de proue de l'école de commerce de l'Université Victoria, l'école de commerce Gustavson. Nous avons aussi travaillé avec l'Université Royal Roads, et je trouve que ces liens sont vraiment précieux. Il y a peut-être quelque chose à exploiter auprès de ces écoles de commerce qui pourrait permettre d'améliorer la diffusion de l'information et d'arracher les PDG à leur entreprise afin de les amener à réfléchir un peu plus à la façon de faire fonctionner cette dernière. Une grande partie de cela se résume à du réseautage et au simple fait de sortir de son cocon. Je sais quant à moi que j'ai dû accorder plus d'importance à ce type d'activité et que cela s'est avéré profitable.

M. Murray Rankin: Merci.

Monsieur Bar-Ziv.

M. Gali Bar-Ziv: Je crois que je diviserais cela en trois. Premièrement, ici au pays, j'ai participé à certains groupes d'experts et nous avons invité des délégués commerciaux; nous avons rencontré Ed Fast pour mettre en commun les expériences des entreprises qui cherchent à vendre leurs produits à l'étranger. Mes collègues ici présents communiquent, font du réseautage et mettent en commun certaines de ces idées, ce qui est essentiel.

Deuxièmement, il y a les événements à l'étranger, de sorte que si vous songez à d'autres marchés... parce que je vois d'autres pays le faire. À vrai dire, en affaires, vous concurrez tout le monde. Dès que vous passez à l'international, vous devez concurrencer tout le monde. Lorsque vous concurrez les Français, vous devez composer avec tout ce que fait le gouvernement français. Lorsque vous concurrez Rosetta Stone, qui est une entreprise américaine, vous devez tenir compte de tout ce que le maire de Washington D.C. fait en son nom pour l'aider à se développer. Il est donc important de ne pas perdre de vue que tout ne dépend pas seulement de l'entreprise.

Troisièmement, comme pour tout le monde, c'est la question du financement. Je crois qu'il y a une approche qui considère le commerce international comme du capital de risque, alors, oui, il y aura des pertes. Mais dans l'ensemble, si l'on ne perd pas de vue qu'à terme, les dividendes seront considérables — c'est-à-dire des occasions d'emploi formidables et des exportations —, les gains pourraient s'avérer beaucoup plus importants que les pertes subies.

Le président: Je vais devoir vous interrompre. Votre temps est terminé, monsieur Rankin.

Nous passons maintenant à M. Cannan.

L'hon. Ron Cannan (Kelowna—Lake Country, PCC): Merci, monsieur le président, et merci à vous, madame, messieurs, d'être ici aujourd'hui. Glen, je siège à ce comité depuis neuf ans et je me souviens de t'y avoir déjà vu. La dernière fois doit remonter à quatre ou cinq ans. Je te remercie de nous faire profiter de ta sagesse.

En tant qu'ancien propriétaire et exploitant d'une petite entreprise, je suis ravi de ce que j'ai entendu ici, cet après-midi.

Dans notre province de la Colombie-Britannique ou n'importe où ailleurs au Canada, les petites et moyennes entreprises sont les moteurs de l'économie. Elles sont vraiment l'épine dorsale de notre économie. Notre comité mène la présente étude afin d'essayer d'aider nos petites et moyennes entreprises et les industries en croissance à tirer parti des 43 accords commerciaux existants. Ce que nous avons entendu jusqu'ici semble indiquer que la majorité des entreprises canadiennes vont vers le plus facile, c'est-à-dire exporter vers les États-Unis. Nous cherchons des moyens pour faciliter la conduite de vos affaires et pour amener d'autres entreprises à saisir l'occasion.

J'aimerais commencer par les deux titulaires de doctorat. Je ne sais pas si, même dans vos rêves les plus fous, vous vous étiez vus faire des sucettes glacées après 12 ou 15 années d'études.

Des voix: Oh, oh!

L'hon. Ron Cannan: C'est très bien. C'est très innovateur de votre part. J'adore votre histoire.

J'espère que l'accord avec l'Union européenne règlera les problèmes de norme bio auxquels vous êtes confrontés. Comme vous le savez, l'accord doit être ratifié par 28 pays parlant 23 différentes langues, et il faudra encore 18 mois voire deux ans avant que cela ne soit fait. Nous ne sommes pas absolument certains d'y arriver, mais nous essayons de donner au Canada cet avantage économique sur les États-Unis. C'est un marché potentiel de plus de 500 millions de personnes.

L'un des problèmes que nous avons consisté à sensibiliser les petites entreprises. Nous avons les ateliers « Préparons-nous à la mondialisation » sur l'exportation. Je ne sais pas si vous en avez entendu parler ou pas. Quoi qu'il en soit, il y en a un à Nanaimo, le 24 avril. Alors, après la séance, vous pourrez en parler avec mon collègue, et nous tenterons d'en organiser un pour vous et M. Stebbins, qui est aussi sur l'île, si je ne m'abuse.

Ces ateliers fournissent une occasion de montrer aux PME comment profiter des ouvertures à l'international et de répondre à leurs questions en la matière. Il y a un bureau de la Banque de développement du Canada dans la circonscription de Kelowna—Lake Country, dans l'Okanagan. Je connais bien le directeur de ce bureau et il est friand d'histoires comme les vôtres. Et il est contrarié lorsqu'il entend parler d'obstacles. Je sais que les gens de ce bureau sont heureux d'essayer de faciliter les choses aux entreprises. Il y a toujours cet équilibre entre exercer une diligence raisonnable et veiller à ce que la paperasserie ne prenne pas trop de place, et c'est quelque chose que nous tentons de surmonter. Ce sont des éléments sur lesquels nous tenons à mettre l'accent, et nous voulons nous assurer que vous soyez au courant de ces ouvertures.

Monsieur Hodgson, vous avez parlé d'une présélection, et je ne sais pas si vous avez déjà entendu parler des ateliers « Préparons-nous à la mondialisation ». Vous avez évoqué la valeur du Service des délégués commerciaux; nous savons que ce service... je viens tout juste de confier l'un de mes électeurs à un délégué commercial de Vancouver, et nous avons eu des conversations formidables.

Je voulais simplement clarifier certaines choses. Vous dites que nous devrions mettre l'accent sur les chaînes de valeur et sur les PME qui ont le plus grand potentiel. Que devraient faire la Banque de développement du Canada et Exportation et développement Canada pour mieux sensibiliser les PME qui ont le plus grand potentiel de développement?

• (1610)

M. Glen Hodgson: Avons-nous une heure et demie?

J'ai travaillé 10 ans à Exportation et développement Canada, et j'étais là quand l'organisme s'efforçait de mieux servir les petites entreprises. Je me souviens d'avoir vu le ministre du Commerce s'inviter dans les réunions du conseil pour le sermonner sur la nécessité d'être plus efficace et de s'intéresser sérieusement aux petites entreprises. Je pense qu'Exportation et développement Canada a fait beaucoup de chemin depuis.

À vrai dire, les institutions financières ne choisissent pas leurs clients, du moins, pas autant que les clients se choisissent eux-mêmes. Exportation et développement Canada intervient lorsqu'un exportateur a un acheteur et une affaire potentiels et qu'il a besoin d'assurance, de financement, de garanties ou de toute autre chose nécessaire pour conclure l'affaire.

La Banque de développement du Canada est un peu différente, car elle est un peu plus en amont et qu'elle est en mesure de fournir des liquidités. C'est la raison pour laquelle elle doit procéder à l'évaluation de la capacité de gestion. La Banque de développement du Canada a trouvé une façon vraiment astucieuse de combiner la capacité de financement avec une évaluation de la direction de l'entreprise. À titre d'investisseur, la banque regarde par-dessus votre épaule.

Je crois que, dans une large mesure, le modèle est bien rodé. Exportation et développement Canada a trouvé une façon très efficace de servir la petite entreprise. Ses outils sont offerts en ligne. La plupart des petites entreprises qui s'adressent à Exportation et développement Canada ont besoin d'assurance. Il s'agit d'assurance-crédit, alors EDC sait qu'il va se faire rembourser lorsque l'affaire sera conclue.

La Banque de développement du Canada est plus interventionniste et un peu plus rigoureuse qu'EDC, et vous avez probablement reçu le [Inaudible] dans une certaine mesure, Dionne, lorsque vous êtes allée frapper à cette porte.

Nous sommes très en avance sur les autres pays du G7 et sur la plupart des autres grands pays industrialisés. Par exemple, nous n'accordons pas beaucoup de fonds publics à titre de subventions. Ces organismes ont leurs capitaux de base et elles ont le mandat de faire leur frais ou plus, mais sans nécessairement concurrencer les banques. Alors, si je me fie à mon parcours et à mon expérience en tant que banquier du secteur public, je crois que notre modèle se porte très bien. Je ne connais pas aussi bien le Service des délégués commerciaux ou les produits qu'offre le ministère des Affaires étrangères.

L'hon. Ron Cannan: Je n'étais pas certain si vous réalisiez que nous prenons tout cela presque à la lettre, mais vous avez dit que le gouvernement avait besoin d'une approche plus « chirurgicale » lorsqu'il avait affaire à des entreprises axées sur la croissance, alors qu'il y a deux médecins qui sont assis à côté de vous.

•(1615)

M. Glen Hodgson: J'ose espérer qu'ils n'opèrent pas en public.

L'hon. Ron Cannan: Monsieur Bar-Ziv, je connais la taille d'Israël et sa capacité immense et dynamique en matière d'innovation, de recherche et de développement. J'ai eu la chance de visiter Tel-Aviv et le secteur de la haute technologie.

Je voulais savoir si votre concept est quelque chose que vous avez mis au point vous-même et que vous avez amené d'Israël. Ce concept de le mettre sur le marché, comment cela a-t-il fonctionné? Le Service des délégués commerciaux vous a-t-il aidé à cet égard?

M. Gali Bar-Ziv: En fait, dans une vie antérieure, j'ai participé à la vente d'un jouet pour enfant très chouette qui avait été créé en Israël. J'étais l'un des premiers sur cette affaire, et la majorité de nos ventes se faisaient aux États-Unis. Je pourrais probablement parler de mon expérience, et je n'ai pas eu recours aux services gouvernementaux, car je ne savais pas qu'ils existaient. Nos affaires marchaient très bien. Nous avons vendu l'entreprise en 2007, juste avant le krach et, d'une manière ou d'une autre, j'ai toujours eu quelque lien avec Israël. Je reviens tout juste de New York, où j'ai pris part à une sorte de conférence sur la haute technologie.

Pour comprendre vers quoi le monde se dirige, je crois qu'il faut ouvrir les yeux. Lorsque je vais en Chine, je regarde ce que font les Chinois, et lorsque je vais à Taïwan, je regarde ce que font les Taïwanais, et je fais la même chose au Canada et en Israël. Je crois que l'idée consiste à trouver comment nous pouvons apporter notre compréhension du monde occidental à d'autres pays.

Israël a de formidables cerveaux. Et ce n'est pas une question d'intelligence, mais disons qu'ils savent réfléchir aux moyens d'améliorer les choses. Encore une fois, je m'excuse d'être celui qui...

Le président: Monsieur Cannan, votre temps de parole est écoulé.

Nous allons maintenant passer à Mme Freeland.

M. Ron Cannan: Merci beaucoup. Je vous suis vraiment reconnaissant de vos récits.

Mme Chrystia Freeland (Toronto-Centre, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Vous avez vu à quel point mon collègue, M. Murray, était enthousiaste d'accueillir les représentants d'excellentes entreprises de Victoria. Comme je suis députée de Toronto-Centre, je vais commencer par interroger les représentants des entreprises de Toronto. Il est également merveilleux de recevoir d'excellents entrepreneurs de Toronto.

Monsieur Bar-Ziv, j'ai trouvé extrêmement pertinents vos arguments concernant le fait que le commerce exige que les

entreprises rivalisent à l'échelle mondiale, et vous avez clairement de l'expérience dans ce domaine, que vous avez acquise non seulement en travaillant pour votre employeur actuel, mais aussi au cours d'une vie antérieure, comme vous le dites. Compte tenu de cette expérience, quelles sont quelques-unes des pratiques exemplaires que vous avez vu d'autres pays appliquer pour soutenir le commerce international de leurs entrepreneurs et que nous devrions adopter? Y a-t-il des mesures que vous avez vu Israël ou les États-Unis prendre? Qui sait? Peut-être que la Finlande fait un excellent travail à cet égard.

M. Gali Bar-Ziv: Je pense que si vous allez à Toronto...

Mme Chrystia Freeland: Je vis là-bas.

M. Gali Bar-Ziv: ... je ne sais pas si la Mission économique d'Israël au Canada (Israel Economic Mission to Canada) vous envoie des invitations, mais, quels que soient les gens qui la dirigent, ils organisent constamment des activités. Donc, ils en organiseront une portant sur des technologies bancaires, et ils demanderont à un groupe d'entreprises d'élaborer des technologies de ce genre. Ensuite, ils convaincront toutes les grandes banques canadiennes d'acheter des technologies élaborées dans d'autres pays. Puis, ils organiseront une activité portant sur les communications, et ils réussiront à persuader Rogers et Bell Média d'acheter des produits conçus ailleurs. Comment nous, les Canadiens, pouvons-nous faire la même chose?

Nous vendons peut-être des produits langagiers, mais, au bout du compte, nous vendons des technologies. Il y a de nombreuses entreprises comme la nôtre, et leur regroupement peut être grandement axé sur les secteurs ou sur les catégories, mais je crois que la meilleure façon de procéder consisterait à confier aux délégués commerciaux la tâche d'essayer d'organiser ces petites activités. Je passe ma vie à bord d'avions. Je chasse toute la journée et, si je connaissais l'existence d'un genre de programme qui me permettrait de passer d'une plaque tournante à l'autre, j'en tirerais parti parce que c'est là le but du commerce. Je pense que ces activités permettent de réunir les entreprises avec lesquelles on souhaite faire des affaires, les grandes sociétés du monde entier, et de leur présenter les produits d'une foule d'entreprises.

Qu'est qu'on entend par un marché? Il se peut que vous traitiez avec le même fournisseur, mais tous les gens aiment se rendre à un endroit où tous les fournisseurs sont réunis. Faites la même chose en créant un mini-marché pour les entreprises canadiennes. Voilà le premier conseil que je vous donnerais.

Mme Chrystia Freeland: D'accord. Vous pensez que nous ne prenons pas suffisamment de mesures en ce sens?

M. Gali Bar-Ziv: Non, pas suffisamment.

Des missions économiques et commerciales sont organisées, mais elles ont tendance à avoir un caractère plutôt politique et à faire participer des entreprises plus importantes. Ces missions ne sont pas aussi utiles que les activités organisées par secteur, qui rassemblent les clients.

Mme Chrystia Freeland: Pour vous assurer que ces activités fonctionnent, vous avez cité l'exemple israélien. L'une des mesures prises par Israël qui a donné d'excellents résultats est sa stratégie de grappes industrielles. Elle ressemble un peu à l'initiative dont Glen parlait, mais la stratégie met vraiment l'accent sur ce qu'Israël considère comme ses principaux points forts, et elle utilise ces points forts comme tremplin.

Pensez-vous que le Canada doit faire de même? Risquons-nous plus ou moins d'éparpiller nos efforts dans un trop grand nombre de secteurs?

• (1620)

M. Gali Bar-Ziv: Mon expérience dans tous les secteurs est limitée. À ma connaissance, le gouvernement privilégie grandement les secteurs des ressources et de la défense. Je pense qu'il devrait envisager davantage de promouvoir des industries comme celles de la TI, de la haute technologie et de la sécurité. Autrefois, de nombreuses entreprises comme OpenText et ses semblables existaient, mais il n'y en a plus autant de nos jours.

Mme Christia Freeland: Merci.

Madame Laslo-Baker, tous vos propos ont suscité mon intérêt. J'ai aussi des petits enfants et, lorsque j'arriverai chez moi, je leur reprocherai de ne pas m'avoir amenée à fonder une entreprise géniale et fructueuse. J'aimerais vous demander ce que vous pensez non pas vraiment du gouvernement, mais plutôt de l'attitude des banques canadiennes, surtout en ce qui a trait aux difficultés que les petites entreprises commerciales ont à obtenir du crédit. D'autres témoins qui ont comparu devant notre comité nous ont dit qu'à leur avis, les pratiques de prêt prudentes qui nous ont été très profitables en 2008 sont loin d'aider les entrepreneurs, en particulier ceux qui exercent un commerce international. Est-ce ce que vous avez vécu?

Mme Dionne Laslo-Baker: C'est exactement ce que j'ai vécu. Nous faisons affaire avec la BMO Harris Private Banking, et il est intéressant de constater que, lorsqu'il s'agissait de notre clinique médicale, son personnel était merveilleusement serviable. Il ne voyait aucune objection à nous accorder tout ce dont nous avions besoin. Il nous interrogeait sur la somme que nous avions besoin d'emprunter, puis il se contentait de nous demander de signer l'emprunt. Dès que je me suis lancée seule en affaires et que j'ai créé une entreprise, l'attitude des employés de la banque a cessé d'être la même. J'éprouve beaucoup plus de difficultés, en particulier en tant que femme. J'ai discuté avec certains hommes qui me demandaient ce que j'étais en train de faire, et qui affirmaient que je prenais trop de risques. J'ai trouvé qu'ils n'étaient pas du tout coopératifs. Nous sommes assurément appuyés lorsque nos projets sont couronnés de succès, mais beaucoup moins lorsque nous sommes en pleine croissance.

Le président: Je suis désolé, mais le temps qui nous était imparti est écoulé.

Nous allons passer à M. Shory qui dispose de sept minutes.

M. Devinder Shory (Calgary-Nord-Est, PCC): Merci, monsieur le président. Je remercie également les témoins.

Je veux commencer par poser une question à tous les témoins. Chacun de vous a-t-il eu l'occasion de se prévaloir des services des délégués commerciaux? Dans l'affirmative, comment cela s'est-il passé?

M. Gali Bar-Ziv: Notre collègue qui s'est exprimé le moins souvent jusqu'à maintenant devrait peut-être intervenir en premier.

M. Devinder Shory: Nous allons commencer par M. Stebbins.

Monsieur Stebbins.

M. Shawn Stebbins: Nous n'avons pas beaucoup d'expérience de travail avec les délégués commerciaux. J'ai l'impression que c'est principalement attribuable au fait que, lorsque nous concentrons nos efforts sur un projet en particulier, nous finissons par donner suite à ce projet et par le mener à bien. Maintenant que nous envisageons de lancer des entreprises et des partenariats locaux, nous croyons que

nous ferons davantage appel à eux. Il y a environ trois ans, j'ai rencontré ici un représentant local des délégués commerciaux qui m'a fourni certains services d'orientation. La seule interaction que j'ai eue avec eux depuis s'est produite lorsque je tentais de me renseigner un peu sur une entreprise néerlandaise avec laquelle nous envisagions de commercer. Malheureusement, ils n'ont jamais donné suite à ma demande de renseignements. Par conséquent, mon expérience de travail avec eux n'a pas été nécessairement constructive. C'est tout ce que j'ai à dire.

M. Gali Bar-Ziv: Nos rapports avec les délégués commerciaux nous ont été très profitables. Ces rapports sont ponctuels, mais, dans l'ensemble, ils ont été très positifs. Ils nous ont fourni quelques rapports de recherche et nous ont présentés à certains clients potentiels. Ils ont parfois envoyé des lettres en notre nom. Ces efforts n'ont pas toujours été fructueux, mais cela ne pose pas de problèmes. Certains de ces représentants ont été très enclins à prendre des initiatives et ont toujours fait preuve de vigilance. Pour que des gens originaires de divers pays puissent nous visiter au Canada, nous devons souvent obtenir des lettres d'invitation, et ils sont toujours prêts à nous aider à cet égard. Nous pensons que c'est probablement les meilleurs services que nous puissions recevoir, et nous remercions le gouvernement du Canada de les offrir et de mettre ce genre de ressources à notre disposition. Je le dis sincèrement.

M. Glen Hodgson: Je vais vous fournir une réponse d'un genre différent.

Tout d'abord, je pense qu'il est absolument approprié de financer le Service des délégués commerciaux à même les fonds publics. Dans un pays comme l'Allemagne, par exemple, les services de développement du commerce sont payés à l'aide de redevances sur les transactions commerciales. Les modèles employés varient grandement d'un pays à l'autre. Dans le cas présent, comme les délégués commerciaux jouent le rôle d'éclaireurs qui tentent de trouver précocement des débouchés pour des petites entreprises, je pense qu'il convient tout à fait que ces services soient financés à même l'assiette fiscale.

Il ne fait aucun doute que ces personnes sont dévouées, compétentes et professionnelles. Si un problème existe, il est lié à leur mandat.

L'une des tâches que j'ai accomplies vers la fin de ma carrière à EDC, avant d'intégrer le Conference Board, a consisté à concevoir un concept appelé le commerce d'intégration. Il découlait de mon interaction avec Affaires étrangères et le Service des délégués commerciaux, qui avaient carrément pour mandat de favoriser les exportations, mais qui ne semblaient pas comprendre le lien qui existe entre les exportations, les importations, le commerce, les investissements, les biens et les services. EDC saisissait ce lien. Nous avons passé beaucoup de temps à soutenir le modèle d'affaires global d'entreprises canadiennes qui tentaient de commercer à l'échelle internationale. Par conséquent, je suis intervenu en fournissant quelques recherches, et nous avons obtenu ainsi une grande participation.

Affaires étrangères a désormais adopté pour de bon ce genre de modèle, et il s'ensuit que les activités du MAECD et d'EDC sont maintenant grandement harmonisées et fondées sur ce genre de concept d'intégration. Je pense que les employés du Service des délégués commerciaux comprennent maintenant ce concept, et j'espère qu'on les incite à aider autant les entreprises à investir à l'étranger.

Pour être franc, il se peut que, pour commercer en Europe, il soit malheureusement nécessaire de pénétrer dans la forteresse européenne. Je ne suis pas certain que la réglementation de l'AECG résoudra tous les problèmes, parce que l'accord n'est pas tellement détaillé. Il n'aborde pas tous les aspects de la réglementation. Par conséquent, c'est un problème que vous pourriez avoir à régler à un moment ou à un autre.

Je pense que le MAECD a maintenant conscience qu'il lui faut vraiment être prêt à s'attaquer à tous les fronts du commerce international. Selon moi, ce modèle a maintenant été accepté.

•(1625)

Mme Dionne Laslo-Baker: De mon point de vue, les délégués commerciaux m'ont été incroyablement profitables, et cela ne s'est pas arrêté à eux. Lorsque le poste de délégué commercial de la Californie a été aboli, nous nous sommes adressés à Rob Arthurs et à Will Fox, qui travaillent pour le ministère du Commerce, je crois, et ils nous ont été extrêmement utiles. Chaque fois que j'ai besoin de quelque chose, je me porte à leur rencontre afin de connaître leur opinion.

En fait, Will a été en mesure de me présenter à des membres de la fondation de Maria Shriver, et nous avons fini par participer avec elle à des événements pour les célébrités.

Ils nous ont aidés à faire avancer nos projets, en particulier en Californie et sur la côte Ouest, à l'aide de moyens intéressants.

M. Devinder Shory: Merci.

Monsieur Hodgson, je vais tenter de profiter un peu de votre expérience. Dans le passé, nous avons entendu certains témoins déclarer qu'un grand pourcentage des petites et moyennes entreprises n'étaient pas au courant de l'existence de programmes gouvernementaux comme « Le monde à votre portée » et de services de ce genre et que, s'ils l'étaient, ils avaient conscience de seulement quelques-uns d'entre eux. Compte tenu de votre longue expérience à EDC, j'aimerais que vous nous disiez ce que vous pensez des progrès qu'EDC a réalisés en matière d'aide apportée aux entreprises canadiennes, comparativement à l'aide que cette organisation apportait lorsque vous étiez à son service.

M. Glen Hodgson: Bonté divine, voilà une excellente question.

L'année où je suis entré au service d'EDC, soit en 1994, je crois que son personnel a assuré ce qu'on appelle une couverture de 11 milliards de dollars. Il a fourni des outils de gestion des risques pour faciliter 11 milliards de dollars d'exportations canadiennes. Je pense que, l'année dernière, il a assuré une couverture de 90 milliards de dollars. Toute organisation dont les activités croissent de six ou sept fois en 10 ans est engagée dans la bonne direction.

Les services d'EDC à l'intention de l'ensemble des exportateurs se sont beaucoup améliorés. Je pense que le modèle que l'organisation a adopté est plus ou moins adéquat. Le modèle que nous avons choisi est correct. EDC ne dépend pas du tout des contribuables. En fait, l'organisation est en mesure de verser des dividendes. Par conséquent, l'État investit dans EDC, et cela lui rapporte des revenus.

EDC fait également équipe avec toutes les banques. Elle a fait beaucoup de chemin. Elle travaille avec le secteur privé, les prêteurs privés et les assureurs privés. N'étant plus quotidiennement sur le terrain, je ne connais pas les détails, mais je pense que le système canadien de financement du commerce peut être comparé très avantageusement à celui de presque n'importe quel autre pays du monde, et les petites entreprises en bénéficient.

Le président: Nous allons passer à M. Morin. Vous disposez de cinq minutes, monsieur.

[Français]

M. Marc-André Morin (Laurentides—Labelle, NPD): La Banque asiatique d'investissement pour les infrastructures promet d'être une institution financière internationale des plus importantes du monde, avec la possibilité de financer une grande partie du déficit lié à l'infrastructure en Asie, qui est estimé à 9 milliards de dollars. Le Canada, contrairement à l'Allemagne, à la France, à l'Italie et au Royaume-Uni, n'a pas réussi à joindre l'institution.

Croyez-vous que, dans l'avenir, cela va constituer un handicap?

[Traduction]

M. Glen Hodgson: Voilà une excellente question. J'étais à Toronto la semaine dernière, et on m'a posé la même question dans le cadre de trois différents événements.

Je faisais partie de la délégation canadienne qui a créé la BERD après la chute du rideau de fer en 1988-1989; j'ai donc déjà franchi ces étapes.

Il faut que vous compreniez que si la Banque asiatique d'investissement dans les infrastructures voit le jour, son entrée en service exigera de trois à cinq ans. Personnellement, je crois que le Canada devrait participer à cet effort. Je pense que nous devrions parler à nos voisins américains et leur dire que, d'une manière ou d'une autre, nous pouvons être leurs yeux et leurs oreilles. Nous pouvons nous assurer que la structure de gouvernance de la banque est appropriée, que sa structure d'investissement est adéquate et qu'elle adhère à de bons principes. J'ai soupé hier soir avec un représentant de la Bundesbank allemande. Nous avons abordé cette question et la raison pour laquelle la France, l'Allemagne et la Grande-Bretagne prennent part à cette initiative. Ces pays voient le rôle que la Chine jouera à l'échelle internationale dans les années à venir. Nous voulons que cette institution tienne compte des accords multilatéraux et de l'ensemble des intérêts.

Si j'étais au ministère des Finances du Canada et que quelqu'un me demandait le conseil que je donnerais au ministère, je lui dirais de s'assurer que les Américains comprennent entièrement la raison pour laquelle nous établissons cette banque. Je pense que nous devons patiner vers la rondelle, et elle se dirige vers l'Asie. Toutefois, il faut comprendre que la banque mettra un certain nombre d'années à réduire le déficit en matière d'infrastructure de l'Asie.

Dans l'intervalle, nous devons continuer de faire appel à la Banque mondiale, à la SFI, aux marchés de capitaux privés et à la Banque asiatique de développement, dans laquelle le Canada joue déjà un rôle.

Voilà comment je répondrais à votre question.

•(1630)

[Français]

M. Marc-André Morin: Je vais poursuivre dans le même sens.

Ma question est peut-être tendancieuse, mais j'ai l'impression que le Canada est un peu à la remorque de la position américaine, qui vise à freiner un événement qui se produira de toute façon, compte tenu de la puissance économique de la Chine. Je trouve que l'effort américain d'essayer de freiner cela est un peu futile. Le Canada n'agit pas de façon très sage en prenant la même position. Ultimement, nos entreprises se trouveront dans une position désavantageuse par rapport aux entreprises françaises, allemandes et italiennes qui se spécialisent dans les infrastructures.

Qu'en pensez-vous?

[Traduction]

M. Glen Hodgson: À ma connaissance, le Canada n'a pas encore indiqué s'il investira dans la banque.

Vous avez absolument raison de dire que les Américains ont du mal à assurer la gouvernance des accords multilatéraux, de la Banque mondiale, du FMI et d'autres institutions mondiales. Ils n'ont pas apporté à ces institutions les importants changements qui avaient été négociés il y a un certain nombre d'années.

Je pense que, pour le moment, nous sommes encore en train de passer au crible tous les renseignements, mais, à mon avis, l'Asie représente l'avenir. Au cours des 20 prochaines années, les économies asiatiques croîtront beaucoup plus rapidement que celles du reste de la planète, et l'Asie offrira d'énormes débouchés.

Nous pouvons toujours nous joindre à l'initiative plus tard; il n'est pas indispensable d'y participer dès le début. Toutefois, les pays qui ne seront pas membres de la banque seront tenus à l'écart des possibilités d'investissement dans les infrastructures.

Le président: Il vous reste environ 45 secondes.

[Français]

M. Marc-André Morin: Les Américains ont formulé certaines critiques au sujet de la transparence des institutions chinoises. Si le Canada se joignait le plus tôt possible à cela, pourrait-il ainsi exercer une influence sur l'établissement de normes acceptables?

[Traduction]

M. Glen Hodgson: Ce ne sera pas une institution chinoise.

[Français]

J'ai bien compris la question parce que j'ai été fonctionnaire fédéral pendant 23 ans. Je comprends assez bien le français.

[Traduction]

Ce ne sera pas une organisation dominée par la Chine. Je pense qu'étant donné que d'autres pays du G7 s'y sont déjà joints, ils chercheront à mettre en place les meilleures normes possibles sur le plan de la gouvernance, de la transparence et des pratiques commerciales au sein de l'institution.

Selon moi, nous n'avons pas à nous dépêcher de prendre une décision à cet égard, mais je crois — et c'est le conseil que je donnerais si je travaillais au ministère des Finances — qu'il est probablement dans l'intérêt à long terme du Canada de s'y joindre le plus tôt possible.

Le président: Madame Grewal, vous disposez de cinq minutes.

Mme Nina Grewal (Fleetwood—Port Kells, PCC): Merci, monsieur le président, et merci aux témoins du temps qu'ils nous consacrent et de leurs exposés.

Ma question s'adresse à M. Hodgson. Les entreprises canadiennes, en particulier les PME, ont de plus en plus de mal à prendre de l'expansion sur les marchés émergents, où la culture d'affaires, l'environnement réglementaire et la langue peuvent présenter quantité de défis. Même lorsqu'un accord commercial est en vigueur, comme le Plan d'action sur les marchés mondiaux, le gouvernement cherche à apporter d'autres améliorations aux initiatives de promotion commerciale et aux services d'appui du Service des délégués commerciaux.

L'an dernier, nous avons ouvert quatre nouveaux bureaux commerciaux en Chine; le réseau commercial du Canada dans ce pays compte donc désormais 15 points de service et 100 délégués commerciaux. De plus, ces dernières années, 15 nouveaux bureaux

ont été ouverts au Brésil, en Chine, en Inde, en Mongolie, au Qatar et en Turquie afin de promouvoir le commerce, l'investissement et l'innovation dans ces marchés qui connaissent une croissance accélérée. Les relations sur le terrain sont évidemment très importantes pour savoir à qui s'adresser, qui sont les décideurs et comment faire les choses.

Monsieur Hodgson, selon vous, compte tenu de la croissance du commerce à valeur ajoutée et des chaînes d'approvisionnement mondiales, quelle est l'importance des bureaux commerciaux dans les marchés émergents? Quelle est la meilleure façon d'exploiter le potentiel de croissance élevé des marchés émergents?

• (1635)

M. Glen Hodgson: Je vous remercie de la question.

Je pense que si nous voulons réussir, il est absolument essentiel de réaffecter les ressources limitées en matière de promotion du commerce aux marchés émergents à forte croissance. Nous dépendons beaucoup du marché américain depuis longtemps, et nous sommes ravis d'avoir l'AECG, l'accord de libre-échange avec l'Europe, même s'il faudra 18 mois pour le ratifier, mais toutes nos études indiquent que les marchés de l'Asie seront particulièrement importants dans les années à venir. À un certain moment, il faut concentrer les efforts de développement commercial là où le jeu se joue, là où va la rondelle.

C'est difficile, car les ressources sont limitées. Ce n'est pas comme si nous pouvions embaucher 500 agents d'expansion du commerce de plus au MAECD. Il faut être prudent quant à la provenance des ressources, mais nous estimons qu'une réaffectation vers les marchés émergents est un pas important dans la bonne direction.

Mme Nina Grewal: Ma prochaine question s'adresse à M. Stebbins.

Monsieur Stebbins, je crois qu'Archipelago Marine Research Ltd. a connu une croissance importante et soutenue au cours des 30 dernières années. L'entreprise de services spécialisés qui exerçait ses activités presque exclusivement dans les marchés locaux est devenue un fournisseur de services et de technologie à l'échelle mondiale, qui offre expertise et technologie à l'appui de la gestion durable des pêches dans les régions côtières des États-Unis, de l'Europe et de l'Australie. Où, plus particulièrement, faites-vous des affaires? Dans quelle mesure les marchés internationaux sont-ils importants pour les résultats de l'entreprise?

M. Shawn Stebbins: L'entreprise compte trois divisions d'affaires, dont deux sont des divisions locales. Il y a d'abord les services environnementaux en milieu marin, dans les régions côtières de la Colombie-Britannique. Il y a ensuite les services d'observateurs à bord des navires de pêche commerciale, qui sont également des services locaux.

Pour répondre à votre question au sujet de notre technologie de surveillance électronique, je dirais que les marchés internationaux sont absolument essentiels. Le marché local n'est pas suffisant; nous devons vendre à l'échelle internationale. Même si nous faisons des affaires dans l'est du Canada, ce qui n'est pas encore le cas, nous n'aurions pas un marché suffisamment important pour cette technologie. Ils sont donc essentiels.

Or, il est difficile d'y avoir accès. Il faut un peu de temps, car nous vendons surtout aux gouvernements. Les gouvernements mettent beaucoup de temps à apporter des modifications importantes aux politiques, et passer à la surveillance électronique des pêches commerciales représente une modification importante. Cela fait quelques années que nous travaillons à un projet pilote en Europe et que nous attendons sa mise en oeuvre complète. Je crois que nous sommes là-bas depuis six ans. Nous attendons. Selon nous, vers la fin de cette année ou au début de l'an prochain, l'Écosse, peut-être l'Angleterre, et les Pays-Bas feront un pas plus important. Ce sont des marchés absolument essentiels au maintien de nos activités.

Mme Nina Grewal: Eh bien, monsieur Stebbins, je crois qu'Archipelago passe à...

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Je suis désolée, madame Grewal, mais les cinq minutes sont écoulées. D'accord?

Mme Nina Grewal: Oui, très bien.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Merci beaucoup.

Comme vous l'avez sans doute remarqué, j'ai pris la place de Randy, car il a dû se retirer et il m'a demandé de présider la séance durant les 45 dernières minutes. Randy et moi nous intéressons beaucoup à la machinerie agricole et au commerce en Europe de l'Est.

C'est maintenant au tour de Murray Rankin, pour cinq minutes.

M. Murray Rankin: Merci, madame la présidente.

Je voudrais revenir à DeeBee's SpecialTea pour un moment. M. Baker a abordé une question qui m'intéresse beaucoup — et Ron Cannan en a parlé un peu également —, et c'est la question de l'accord d'équivalence en matière de certification biologique avec l'Union européenne.

Je crois vous avoir entendu dire — corrigez-moi si j'ai tort — que vous êtes confronté à un obstacle, car les matières premières semblent adéquates, mais les produits à valeur ajoutée, eux, posent problème. J'ai entendu M. Hodgson dire que l'AECG ne pourrait peut-être pas régler ce problème. Notre problème, c'est la forteresse européenne. De nombreuses personnes du secteur des aliments biologiques m'ont dit que cet accord ne serait peut-être pas utile.

J'aimerais que vous nous parliez plus en détail de ce que vous avez dit tout à l'heure, afin de voir si nous pourrions mieux comprendre ce qui semble poser problème.

• (1640)

M. Stephen Baker: Je pense que c'est un problème pour les producteurs au Canada, car cela les amène à vouloir se tourner vers les États-Unis, qui ont un accord d'équivalence avec l'Union européenne. Ils nous ont regardé conclure notre entente; environ six mois plus tard, ils ont vu nos pierres d'achoppement et ils se sont assurés d'examiner le moindre détail. Nous avons fait preuve de bonne foi, mais malheureusement, ils en ont profité.

D'après ce que je comprends, l'Union européenne veut commercialiser ses vins biologiques au Canada; le moment est peut-être opportun. Nous ne voulons pas ouvrir nos portes à ses vins biologiques si elle n'ouvre pas ses portes à nos produits biologiques.

M. Murray Rankin: J'ai lu que votre entreprise offre des friandises glacées biologiques et végétaliennes, à faible teneur en sucre, sans noix, sans OGM, sans gluten, et casher. On pourrait croire que ce serait acceptable pour les Européens, n'est-ce pas? Qu'est-ce qui manque? C'est fou.

M. Stephen Baker: C'est une pierre d'achoppement. Cela leur évite d'avoir à prendre notre produit.

M. Murray Rankin: Très bien. J'ai une brève question à poser à M. Stebbins.

Vous avez dit que votre entreprise est principalement axée sur les services, mais vous avez ensuite parlé de votre surveillance électronique. Vous avez parlé des produits et des services, et vous avez dit avoir des marges serrées sur le plan de la fabrication, probablement en ce qui concerne les produits. Existe-t-il un problème? Nos agents commerciaux à l'étranger ou d'autres personnes vont-ils vous aider à ce chapitre? Je ne comprends pas trop ce que vous recommanderiez pour ce qui est du volet de la surveillance électronique dans votre entreprise.

M. Shawn Stebbins: Je dois dire que nous avons actuellement des difficultés à cet égard. Cela n'a rien à voir avec le délégué commercial. Nous avons en quelque sorte une crise identitaire. Nous offrons des services professionnels depuis 30 ans et nous excellons dans ce domaine. Quand nous avons eu l'idée de créer cette technologie de surveillance électronique, il n'y avait rien sur le marché qui répondait à nos besoins; nous avons donc dû le faire nous-mêmes. Nous nous sommes trouvés dans une situation où nous avons été obligés de créer notre propre technologie. Par conséquent, nous ne sommes pas une entreprise de produits évoluée et avertie. Nous avons trouvé des solutions en cours de route. Nous avons confié la fabrication à un sous-traitant, ce qui était un bon point de départ, et maintenant, je pense qu'il nous faut séparer la partie « produits » de la partie « services » de l'entreprise, afin qu'elle puisse réaliser son plein potentiel.

C'est une question que nous devons régler relativement à la structure de l'entreprise.

M. Murray Rankin: Merci.

S'il me reste du temps, j'aimerais poser une dernière question à M. Hodgson, du Conference Board.

À la fin mars, le Conference Board a publié un rapport intitulé *Redoubler d'efforts dans toute la région du Pacifique*. C'était un rapport provocateur. Le Canada ne semble pas avoir beaucoup augmenté sa part de marché dans ce marché en forte expansion; elle est à peu près la même qu'il y a 20 ans.

Dans votre rapport, vous avez dit une chose qui m'a troublée, soit que les exportations canadiennes de services vers l'Asie s'élevaient à 10 milliards de dollars, ce qui est bien inférieur aux 51 milliards d'exportations, et que même si les échanges commerciaux avec l'Asie ont grimpé en flèche, les exportations de services commerciaux ont chuté depuis qu'elles ont atteint un sommet en 1998, ce qui est pratiquement inimaginable, étant donné le rythme de croissance de l'économie asiatique.

En quoi faisons-nous fausse route? Comment pourrions-nous faire mieux?

M. Glen Hodgson: Vos questions portent en fait sur la nouvelle forme d'obstacle au commerce, soit la réglementation. Les barrières non tarifaires et les petites différences entre les normes européennes et les normes canadiennes d'inspection des aliments, par exemple, vous tiennent peut-être à l'écart du marché. Nous devons remédier à cela. C'est la même chose en ce qui concerne les services commerciaux. Nous avons actuellement trois grandes compagnies d'assurance internationales au Canada, mais elles doivent trouver le moyen d'investir en Asie pour y mener leurs activités. On ne peut automatiquement exporter une police d'assurance du centre-ville de Toronto à un souscripteur en Indonésie ou en Chine. Il ne s'agit pas de savoir en quoi nous faisons fausse route; il s'agit plutôt d'accepter le fait que la prochaine étape des négociations de libre-échange doit porter sur la réglementation, l'harmonisation des règlements et les barrières non tarifaires.

Dans notre rapport, soit dit en passant, nous avons dit que les échanges commerciaux du Canada avec l'Asie ont diminué de moitié. Ils sont passés de 2 à 1 %. Nous sommes pour ainsi dire absents du marché asiatique de l'énergie. C'est la variable du mouvement de balancier. Nous n'avons pas de pipelines outre le pipeline unique de Kinder Morgan. Nous n'avons pas la capacité d'approvisionner le marché asiatique en pétrole ou en gaz, alors que la demande mondiale augmente. Nous sommes pratiquement forcés de vendre notre énergie à un seul acheteur.

• (1645)

M. Murray Rankin: C'est la version asiatique des coupeurs de bois et des porteurs d'eau.

M. Glen Hodgson: Mais nous sommes aussi un fournisseur de services de grande valeur et de nouvelles idées, comme ces exportateurs...

M. Murray Rankin: ... mais nous ne pouvons pas y arriver à cause des barrières non tarifaires, comme les obstacles liés à la réglementation dont on nous a parlé.

M. Glen Hodgson: Je ne sais pas si c'est une question de réglementation, mais c'est aussi une question d'infrastructure adéquate.

M. Murray Rankin: Oui, très bien. Merci.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Nous allons devoir en rester là. Merci de cette excellente question.

Je me permets de formuler un commentaire personnel. J'ai aussi trouvé que c'était un excellent rapport du Conference Board. Je vous remercie de tout le travail accompli.

M. Glen Hodgson: Madame la présidente, vous allez probablement aimer mes commentaires dans le *Globe and Mail* de mercredi.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): D'accord. Nous avons une primeur.

M. Glen Hodgson: C'est seulement à titre d'information.

Une voix: Vous vous coupez l'herbe sous le pied.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Monsieur Allen, vous avez cinq minutes.

M. Mike Allen (Tobique—Mactaquac, PCC): Merci, madame la présidente, et merci à nos témoins de leur présence.

J'aimerais commencer par vous, madame Laslo-Baker. Vous avez parlé des banques et un peu de leur hésitation à financer les femmes entrepreneures en particulier. Certains de nos organismes de développement régional... J'utiliserai comme exemple l'APECA, puisque je suis de cette région. L'APECA a des programmes qui

permettent de fournir du financement aux femmes entrepreneures qui veulent démarrer une entreprise; cela peut se faire grâce au capital d'appoint, par exemple. Mais compte tenu de ces obstacles, constatez-vous un changement? Est-ce que la situation empire? La réaction des banques à l'égard des femmes entrepreneures s'améliore-t-elle? Il me semble que les femmes entrepreneures pourraient jouer un rôle essentiel dans l'accroissement des exportations de nos entreprises dans les prochaines années.

Pourriez-vous nous dire ce que vous en pensez? J'aimerais comprendre votre point de vue.

Mme Dionne Laslo-Baker: Merci. C'est une question très intéressante.

Curieusement, une femme entrepreneure peut être avantagée aux États-Unis, car des entreprises comme Walmart renoncent parfois à des frais de listage très élevés. Il existe donc de grands avantages pour les femmes entrepreneures.

De l'extérieur, on peut penser qu'on nous fournit du financement et qu'on nous accorde une attention spéciale, mais quand on est celle qui tente de bâtir une entreprise et qu'on a tant de choses à concilier — car j'ai découvert que les journées d'une femme entrepreneure sont très différentes de celles d'un homme entrepreneur... On trouve acceptable qu'un homme rentre à la maison à 18 heures, à 18 h 30 ou à 19 heures, mais maman, elle, doit aller chercher les enfants à 16 heures et parler aux membres de son équipe au téléphone en agitant la main pour faire taire ses enfants assis à l'arrière de la voiture. Nous sommes confrontées à bien des défis que d'autres n'ont pas à relever. Je trouve que malheureusement, c'est un monde encore dominé par des hommes qui ne comprennent pas nécessairement les défis auxquels nous sommes confrontées. Si je ne l'avais pas constaté personnellement, je n'aurais pas cru qu'il était si difficile d'avoir accès à ce qui est censé être des avantages pour les femmes entrepreneures.

M. Mike Allen: J'ai une autre brève question dans la même veine. Avez-vous vu une amélioration ou une détérioration de la situation au cours des dernières années?

Mme Dionne Laslo-Baker: Je ne suis en affaires que... vous savez, nous avons pris de l'expansion si rapidement. Nous ne sommes entrés sur le marché qu'il y a un peu plus d'un an et demi et nous avons connu une croissance exponentielle. Je n'ai pas eu le temps de remarquer. Je connais simplement les défis auxquels j'ai été confrontée comme entrepreneure. Il est excitant d'apprendre de la BDC, par exemple, et de lire dans un grand titre que du financement sera offert aux femmes. Ensuite, on regarde de plus près et on constate que rien n'a changé: le financement a été affecté, il est censé être destiné aux femmes, mais c'est c'est à peu près tout; ce n'était pas très excitant. Ces types d'annonces font d'excellents grands titres, mais le financement n'entre pas nécessairement en jeu.

M. Mike Allen: Merci de cette rétroaction. Je vous en sais gré.

Monsieur Stebbins et monsieur Bar-Ziv, j'aimerais vous poser une question qui, selon moi, n'a pas encore été posée. Comme j'ai moi-même offert des services de consultation il y a quelques années entre différents pays, j'aimerais savoir si, dans le cadre des services professionnels que vous exportez, l'un de vous se heurte à des obstacles au plan de la mobilité de la main-d'oeuvre lorsque vos employés permanents ou contractuels vont d'une entreprise à l'autre. Existe-t-il des obstacles inhérents que d'autres pays imposent — qu'ils appellent des barrières commerciales non tarifaires — au plan de la mobilité de la main-d'oeuvre?

M. Gali Bar-Ziv: Nous avons des employés en Chine. Nous essayons simplement de faire preuve de créativité. S'il s'agit d'un représentant de... L'acronyme m'échappe, mais c'est une entreprise étrangère en Chine... Vous essayez différentes structures, vous créez nombre d'entreprises différentes et vous essayez de faire en sorte que les personnes passent d'une entreprise à l'autre.

Nous avons acheté des technologies d'Israël. Nous avons fermé l'entreprise dans ce pays, nous avons relocalisé une partie du personnel ici et nous avons eu de nombreux soucis avec la durée de leurs visas de travail. Lorsqu'il a fallu les renouveler, ils ont tous été rejetés, alors nous avons dû retourner à la case départ. Nous avons eu quelques soucis là-bas qui nous ont fait perdre des connaissances. Au bout du compte, le gouvernement ne s'est pas montré très conciliant. Peut-être a-t-on pensé que c'était une question d'immigration et non de connaissances.

Alors pour répondre à votre question, non ce n'est pas toujours génial.

• (1650)

M. Mike Allen: Non.

[*Note de la rédaction: difficultés techniques*]

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Devrions-nous laisser M. Stebbins répondre lui aussi?

Une voix: Oui.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Allez-y, s'il vous plaît, monsieur Stebbins.

M. Shawn Stebbins: C'est une question qui nous concerne en ce moment. Nous menons un certain nombre de projets aux États-Unis en ce moment. Depuis environ six ans, notre personnel traverse la frontière pour offrir des services et parfois même des produits, et nous avons rencontré des obstacles en cours de route. Fort heureusement, nous avons réussi à les surmonter par essais et erreurs. Nous avons découvert ce qui fonctionnait et ce qui ne fonctionnait pas.

Lorsque vous travaillez aux États-Unis, vous pouvez vous préparer en lisant sur la façon de bien faire les choses, mais vous ne savez pas vraiment ce qui se passera avant d'arriver à la frontière, car ensuite, il faut s'en remettre au garde-frontière qui pose des questions et voir comment il réagira à ce que vous faites. Nous avons envoyé une employée aux États-Unis jeudi et, fort heureusement, je suppose que nous commençons à comprendre la façon de faire, car elle a obtenu un visa de travail de deux ans. Nous sommes assez heureux de cette décision.

Un autre point qui a été difficile en ce qui concerne nos opérations aux États-Unis a été de trouver un avocat spécialisé en droit de l'immigration qui soit ferré dans son domaine et avec qui il soit facile de travailler. Ce fut assez ardu. Ironiquement, celui que nous avons trouvé dernièrement grâce à Google semble être assez compétent. Je pense que nous avons enfin eu du succès sur ce plan.

J'ai simplement un autre point à ajouter. Lorsque nous nous sommes lancés en affaires en Australie, il était relativement facile de travailler avec les autorités australiennes qui avaient des exigences claires en matière de visa. Nous avons été bien appuyés dans ce pays. Nous avons réussi à faire immigrer un de nos employés permanents là-bas et d'obtenir un visa de trois ans pour lui. En fait, il va demander la citoyenneté, alors c'est toute une réussite.

M. Mike Allen: Merci.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Merci d'avoir posé ces excellentes questions. Je crois surtout que nous vous savons

gré d'avoir donné suite au commentaire sur les femmes et les banques qui nous intéressait tous beaucoup.

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

M. Colin Carrie (Oshawa, PCC): Merci, madame la présidente. Je ne siège pas normalement à ce comité et je trouve les discussions très intéressantes.

Je suis député d'Oshawa. Nous construisons des automobiles et nous les exportons, alors certains de vos commentaires me font vraiment plaisir, mais d'autres portent à réflexion.

Monsieur Stebbins a mentionné la politique « Buy American ». Je voulais parler brièvement du protectionnisme.

Monsieur Hodgson, vous en avez aussi parlé en ce qui touche les entraves réglementaires.

Monsieur Stebbins, que pensez-vous du protectionnisme? En quoi influe-t-il sur votre entreprise? Avez-vous remarqué de nouvelles stratégies que les gouvernements auraient mises en place? Nous avons entendu parler de l'approche à l'égard de la réglementation. Voyez-vous beaucoup de protectionnisme? Trouvez-vous qu'il soit difficile de pénétrer certains de ces marchés?

M. Shawn Stebbins: Cela peut aller du très évident au très subtil. Nous l'avons aussi un peu remarqué en Europe, mais les États-Unis ont réservé une petite société, ironiquement, aux entreprises gérées par des femmes, ainsi qu'à d'autres petites entreprises, alors pour ce qui est de pénétrer le marché et de faire concurrence à d'autres entreprises locales, nous pouvons être assez rapidement écartés de la compétition parce que nous venons de l'extérieur des États-Unis.

Fort heureusement, en général, cela ne s'applique qu'aux petits contrats. Dans tous les gros contrats que nous avons signés, cette clause a été retirée, mais nous avons été témoin de décisions qui dépassent l'entendement. Nous ne pouvons nous empêcher de nous demander si, au fond, c'est en partie parce qu'ils souhaitent appuyer des entreprises locales.

• (1655)

M. Colin Carrie: Monsieur Hodgson, j'aimerais continuer à vous poser des questions. Au fil des ans, j'ai vu le Canada agir comme un scout. Nous avons tendance à nous lancer dans ces entreprises remplies de bonnes intentions, mais je crois que nous nous faisons parfois escroquer lorsque nous essayons de faire bouger les choses à l'échelle internationale.

Je me souviens de nombreuses discussions préliminaires avec la Corée. Vous avez mentionné les barrières non tarifaires. Avec la réglementation qu'ils avaient, je suis curieux. Avons-nous tiré des leçons de notre expérience avec la Corée? Connaissez-vous des stratégies employées dans d'autres pays dont les Canadiens devraient prendre conscience?

La troisième partie de ma question porte sur les mécanismes de règlement des différends qui existent. Comment estimez-vous qu'ils pourront fonctionner à l'échelle internationale?

M. Glen Hodgson: D'accord, parlons d'abord de la Corée. Je pense que les leçons les plus importantes que nous avons tirées de l'expérience avec la Corée est qu'il est très difficile pour le Canada de conclure un meilleur marché que les Américains. Je crois que cela résume bien la situation. Nous y sommes allés, nous avons négocié et nous avons senti une résistance de la part de certains secteurs — comme ceux qui opèrent dans votre circonscription —, mais les Américains nous ont dépassés et nous essayons maintenant de nous rattraper pour conclure un aussi bon marché que le leur.

Il est clair que les Coréens sont très habiles pour imposer de subtiles barrières à l'importation de marchandises en provenance d'Amérique du Nord, mais le gouvernement étatsunien a trouvé une façon de passer un marché qui satisfasse la plupart des intervenants de l'industrie américaine. À l'avenir, la leçon la plus importante pour moi sera peut-être qu'il sera très difficile pour le Canada de conclure un meilleur marché comme entité indépendante compte tenu de la mesure dans laquelle nous sommes intégrés à l'économie nord-américaine. Peut-être que nous devrions songer à faire affaire avec d'autres parties du monde dans le cadre d'une coalition nord-américaine.

Je pense qu'avec l'OMC, il sera très difficile de tenir à nouveau des négociations sur le commerce mondial. C'est tellement compliqué. Les règles de gouvernance sont si complexes. Je peux entrevoir un monde dans lequel de grandes régions négocient avec d'autres grandes régions. Le fait que nous ayons réalisé des progrès avec l'AECG a été vraiment... ce sera à notre avantage pendant un certain temps. Nous savons qu'il existe des entraves à un accord entre les États-Unis et l'Europe; il y a déjà des transferts relatifs à la culture. Je ne serais pas du tout surpris de voir les Américains — parce qu'ils sont 10 fois plus grands que nous — conclure un meilleur marché que celui du Canada en Europe. Je ne m'y connais pas beaucoup en règlement de différends, mais je sais que la question était au coeur même de l'ALENA, par exemple, de l'Accord de libre-échange. Bien entendu, les Américains peuvent toujours trouver une façon de contourner la question s'ils doivent le faire, mais ce n'est pas un de mes domaines de compétence ni l'un de ceux du Conference Board.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Il vous reste 45 secondes.

M. Colin Carrie: Savez-vous s'il existe des stratégies communes? Vous avez mentionné que la réglementation était la nouvelle façon de contourner certains de ces obstacles. Connaissez-vous d'autres techniques que certains de ces pays utilisent?

M. Glen Hodgson: Je vais parler uniquement de l'Amérique du Nord.

J'aime beaucoup le fait que nous parlions aux Américains de réduire les barrières à la frontière et d'essayer d'avancer pour ce qui est de l'harmonisation des règlements et du gros bon sens. Il s'agissait d'un programme relativement important qui avait été élaboré au Bureau du Conseil privé et au bureau ovale — le bureau du président des États-Unis. Pour ce qui est des autres stratégies... Je pense qu'en Amérique du Nord, nous sommes à la fine pointe lorsqu'il est question d'accroître le libre-échange. Le Conference Board est très favorable au libre-échange sous presque toutes ses formes et presque partout. C'est une richesse que l'on crée pour notre économie.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): D'accord. Cela termine vos cinq minutes sur une note positive, n'est-ce pas?

D'accord, madame Liu, la parole est à vous.

Mme Laurin Liu (Rivière-des-Mille-Îles, NPD): Merci de votre témoignage et de votre présence aujourd'hui. Je pense que tous les témoignages que nous avons entendus ont été très instructifs.

Madame Laslo-Baker, merci aussi d'avoir mentionné le rôle des entrepreneuses, car c'est un sujet dont j'entends beaucoup parler dans ma circonscription. En fait, il y a de plus en plus d'entrepreneuses; cependant, elles continuent de se heurter à des obstacles. Vous avez mentionné quelques-uns des obstacles dont j'ai eu vent, alors c'est très important. Vous avez aussi mentionné qu'il est difficile de mettre en balance la vie de famille et la vie professionnelle; elles sont

différentes. Je pense que toutes les personnes ici présentes pourraient s'entendre sur l'opportunité d'envisager une stratégie nationale de garde d'enfants.

Je veux parler d'un sujet que M. Hodgson a abordé et qui revient sans cesse en comité lorsque nous négocions les accords de libre-échange. Nous avons de la difficulté à faire en sorte que les PME puissent profiter de ces accords et à faire d'elles des championnes de l'exportation. Nous savons qu'il existe de nombreux obstacles pour les SME, notamment la réglementation des règles d'origine. J'ai appris que nombre de SME décident de payer les anciens taux tarifaires plutôt que les nouveaux à cause des énormes obstacles qu'ils représentent. Il y a aussi les préoccupations concernant la propriété intellectuelle et celles de savoir si les PME disposeront des ressources nécessaires pour défendre leurs propres droits de propriété intellectuelle.

Il s'agit là de deux obstacles parmi tant d'autres. Pourriez-vous proposer des solutions ou avez-vous pensé à des façons pour le gouvernement fédéral de les éliminer?

• (1700)

M. Glen Hodgson: Il n'existe pas de solution miracle pour régler nombre de ces problèmes complexes. Nous pensons que le gouvernement fédéral a fait ce qu'il fallait en éliminant les tarifs sur les importations. C'était crucial si on accepte le modèle axé sur le commerce d'intégration dans lequel les importations comptent pour les exportations. Le fait de réduire les coûts et les obstacles aux importations, ou même pour les exportateurs, et éliminer ces obstacles a été une étape importante.

Pour la propriété intellectuelle, il n'existe pas de solution miracle. Je connais des entreprises qui, lorsqu'elles commencent à faire des échanges commerciaux avec les marchés émergents, ne s'inquiètent pas trop des choses qu'elles peuvent se permettre de perdre. Ce sont les choses qu'elles échangeront ou positionneront dans le marché. Elles ne laisseront simplement pas au Canada les autres parties de leur chaîne de valeurs et de leur chaîne de production. Il n'existe vraiment pas de solution unique qui convienne à tout le monde dans ce cas. Il faut s'adapter au secteur, à l'entreprise ou à la nature du produit ou du service que vous offrez.

Selon moi, la chose la plus importante qu'une entreprise puisse faire est de protéger ses droits de propriété intellectuelle. Il ne faut pas les céder.

Mme Laurin Liu: Avez-vous une idée du nombre de PME qui choisissent de ne pas exporter pour des questions de propriété intellectuelle? Avez-vous des données anecdotiques à ce sujet?

M. Glen Hodgson: À ma connaissance, aucun chercheur dans le domaine n'a fourni d'estimation. Vous finirez par y venir. Le moment venu, comment faites-vous pour conserver vos droits de propriété intellectuelle comme inventeur et commerçant?

Mme Dionne Laslo-Baker: Vous les protégez quand vous commencez à innover. Dès le départ, nous avons protégé nos droits de propriété intellectuelle en nous renseignant sur les demandes de brevet, qui sont en cours, ainsi que sur la façon de déposer une marque au Canada, aux États-Unis, en Asie et en Europe. Nous l'avons fait dès le départ.

Je crois qu'il est important d'y penser tôt.

Mme Laurin Liu: C'est très intéressant.

Mon collègue Marc-André a mentionné que le Canada ne s'est pas joint à la Banque asiatique d'investissement dans les infrastructures. Comme vous l'avez mentionné et souligné dans votre rapport, je pense qu'il est primordial de tenir compte des marchés asiatiques. Encore une fois, c'est là que se trouvent vraiment les nouveaux débouchés.

Au cours de la prochaine minute, pourriez-vous parler de ce à quoi devrait ressembler la stratégie commerciale du Canada en Asie?

M. Glen Hodgson: D'abord et avant tout, la participation au Partenariat transpacifique en est la pierre angulaire. Je pense qu'il est vraiment crucial que le Canada y soit dès le départ, que nous ne nous servions pas des enjeux nationaux comme prétexte pour ne pas nous joindre aux négociations sachant que certains de nos partenaires sont en très bonne position pour négocier.

Je pense que, dans le cadre de notre politique étrangère, nous avons accepté que la Chine soit l'étoile montante dans le monde et qu'elle se forme une constellation d'autres pays autour d'elle. Cela dit, fondamentalement, nous devons être présents en Asie sur tous les fronts. L'Europe aura probablement du mal à maintenir une croissance durable de plus de 1 % sur les 25 à 50 prochaines années. Les pays européens vieillissent très rapidement. Notre population n'est pas aussi âgée, mais nous avons les mêmes tendances, tandis que l'Asie enregistre une croissance démographique dynamique et c'est là que l'intégration se produit. On peut voir que les nombres changent graduellement. Les entreprises canadiennes se rendent compte qu'elles doivent vraiment percer en Asie.

Cependant, je pense que le Partenariat transpacifique représente, en quelque sorte, la prochaine étape pour trouver une façon de rallier tous les pays le long de la côte du Pacifique. J'ignore la taille de ce marché, mais le fait d'avoir accès à environ un milliard de personnes de plus en franchise de droits tarifaires serait un grand pas en avant.

M. Gali Bar-Ziv: Vous permettez que je vous vole 30 secondes?

Nous faisons affaire avec l'Asie, surtout avec la Chine. Je pense que la plupart des gens ne savent pas comment traiter avec la Chine et l'Asie. Oubliez les tarifs, oubliez la réglementation; c'est la façon de faire des affaires qui compte.

J'étais dans un magasin en train de conclure un marché qu'il n'avait fallu que six mois pour négocier et, au moment de la signature, ils ont voulu changer toutes les conditions. Que pouvais-je faire? J'étais malade; je revenais du Mexique et je vomissais. Que

pouvais-je faire? Je suis resté assis pendant quatre heures à leur répéter non. Ils ont essayé de me convaincre que leur marché fera ma fortune, qu'il était très bon et que je ne trouverais pas mieux ailleurs. C'est cela, faire des affaires en Asie.

Afin de revenir aux conditions originales, j'ai dû réinvestir dans ma relation — relation qu'il a fallu du temps pour nouer — et souper avec eux à plusieurs reprises sans parler d'affaires, pour qu'ils en viennent à m'apprécier.

À mon sens, c'est la chose la plus difficile à faire en Asie. Nous aimons parler d'affaires, mais ils ne veulent pas le faire. C'est une réalité différente, une culture différente. Une fois que nous l'aurons appris, nous commencerons à avoir du succès.

Merci.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Je pense que c'est une charmante anecdote sur laquelle terminer cette série de questions.

Normalement, lorsque nous n'avons qu'un groupe de témoins, nous avons coutume de terminer à ce stade. Le comité y consent-il?

Des voix: D'accord.

M. Ron Cannan: Merci d'avoir noué ces relations.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Voilà.

Au nom de nous tous, merci beaucoup à tous nos témoins. Comme toujours, nous avons apprécié les commentaires de M. Hodgson, mais je pense qu'il a été particulièrement inspirant pour nous tous d'entendre les témoignages de ces grands entrepreneurs canadiens.

Une voix: Bravo.

● (1705)

Mme Dionne Laslo-Baker: Merci beaucoup de nous avoir invités. Ce fut un honneur d'être ici. Je suis sûre que les autres témoins sont du même avis que moi.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): Nous saluons aussi M. Stebbins.

M. Shawn Stebbins: Merci.

La vice-présidente (Mme Chrystia Freeland): La séance est maintenant levée.

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>