



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 057 • 2^e SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le lundi 4 mai 2015

Président

M. Randy Hoback

Comité permanent du commerce international

Le lundi 4 mai 2015

• (1535)

[Traduction]

Le président (M. Randy Hoback (Prince Albert, PCC)): Heureux de vous revoir par cet agréable lundi après-midi.

Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, cette séance du Comité permanent du commerce international est consacrée à l'étude des petites et moyennes entreprises.

Nous accueillons ici même, comme témoins, des représentants de l'Association canadienne des importateurs et exportateurs, de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante et de Manufacturiers et Exportateurs du Canada.

Chacun de vous dispose de 10 minutes pour livrer son exposé.

Entendons d'abord Mme Joy Nott, qui est la présidente-directrice générale de l'Association canadienne des importateurs et exportateurs.

Mme Joy Nott (présidente-directrice générale, Association canadienne des importateurs et exportateurs): Merci beaucoup, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, merci aussi de me donner, ainsi qu'aux membres de l'association, l'occasion de donner notre opinion sur ce sujet très important.

Je m'appelle Joy Nott et je suis la présidente-directrice générale de l'Association canadienne des importateurs et exportateurs, connue aussi sous l'appellation I.E. Canada. Pour moi, c'est un privilège de comparaître pour témoigner relativement à l'annonce, faite le 18 mars 2015, d'une aide visant à stimuler les exportations canadiennes au moyen d'une aide financière accordée aux PME et d'une augmentation du financement du service des délégués commerciaux.

I.E. Canada est une association nationale qui représente les commerçants canadiens depuis plus de 80 ans. Nos membres se recrutent chez les importateurs, les exportateurs et les fabricants canadiens qui importent ou exportent des produits, les grossistes, les distributeurs, les importateurs-détaillants et les fournisseurs de services à la chaîne logistique.

Nos membres emploient plus d'un million de Canadiens et ils contribuent à hauteur d'environ 270 milliards de dollars, en revenus annuels, à l'économie canadienne, qui entraînent un prélèvement annuel de taxes fédérales, hors TPS et droits, de 40 milliards de dollars.

Nous représentons certains des principaux importateurs et exportateurs canadiens, de même que des PME. Nos membres importent et exportent la plupart des produits et gammes de produits commercialisés.

Alors que la plupart des associations commerciales se concentrent sur le volet stratégique du lobbying, I.E. Canada, depuis longtemps, a pour habitude de formuler des observations sur les questions de politique de haut niveau ainsi que de chercher activement à faciliter les échanges internationaux au niveau opérationnel, où les

exportateurs se butent souvent aux plus gros obstacles. C'est à ce niveau, le plus bas où descend et est traduite la politique, qu'ils ont connu à la fois le meilleur et le pire de ce qu'elle offre. La plupart seront d'accord avec le dicton, maintenant cliché, « le diable gît dans les détails ».

Bref, I.E. Canada est très heureux de l'annonce faite par le premier ministre, le 18 mars, à Mississauga. Beaucoup de points de cette annonce sont autant de bonnes nouvelles pour les PME exportatrices qui continuent de se démener pour trouver la place qui leur revient sur l'échiquier des exportations, dans une économie globalisée encore plutôt atone. Elles ont besoin de toute l'aide qu'on peut leur offrir, si minime soit-elle, et elles en sont reconnaissantes.

Dans la première partie de mes observations, je parlerai du nouveau programme de développement des marchés d'exportation, dont l'apport sur cinq ans sera de 50 millions de dollars. Je réserve la deuxième à l'appui financier supplémentaire accordé au service des délégués commerciaux.

Alors que les exportateurs canadiens affrontent un certain nombre de difficultés quand ils veulent trouver, pour leurs produits, d'autres débouchés que le marché canadien — et je suis sûre que personne, ici présent, n'en sera étonné — voyons, un moment, la nature précise de ces difficultés et comment cet argent pourrait être le mieux employé et, surtout, suivi à la trace pour aider sensiblement les exportateurs canadiens.

Les exportateurs canadiens doivent à la fois se plier aux diktats des marchés étrangers qu'ils cherchent à pénétrer, tout en respectant les règlements canadiens pour pouvoir exporter légalement leurs produits du Canada.

Ainsi, sous le régime de la nouvelle Loi sur la salubrité des aliments au Canada, les exportateurs d'un produit, par exemple viande, poisson, fruits de mer, pour lequel il faut un permis doivent, pour l'obtenir de l'Agence canadienne d'inspection des aliments, démontrer qu'ils ont mis en oeuvre, pour ce produit, un plan de contrôle préventif qui doit comprendre, au moins, un manuel entièrement documenté du produit et des processus ainsi qu'un processus pour assurer la traçabilité, le rappel et le traitement des plaintes. Beaucoup de PME exportatrices n'ont pas le personnel ni les reins assez solides pour se plier à ces exigences, qui sont encore un autre obstacle à contourner avant l'exportation.

Un autre exemple serait les PME qui sont dans les articles de défense, lesquels, pour diverses raisons, seraient assujettis au règlement américain sur le trafic international d'armes, autrement dit l'ITAR. Pour pouvoir vendre des marchandises visées par ce règlement, parmi lesquelles de nombreux articles de défense qui transitent dans la chaîne logistique nord-américaine, elles ne doivent pas seulement collaborer avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour s'inscrire au programme des marchandises contrôlées, ce qui les assujettirait à de nombreuses exigences pour la tenue de registres et les audits, mais, en plus, elle devrait transiger avec le ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement pour obtenir les permis exigés pour l'exportation vers d'autres pays que les États-Unis.

Ces deux exemples ne dressent pas le bilan complet des obstacles à contourner ici, mais nous comprenons bien que les motifs qui se profilent derrière ces règlements peuvent être légitimes et s'imposer pour assurer la sécurité des Canadiens et de nos partenaires commerciaux.

Toutefois, la portée et les menus détails de certaines des exigences peuvent vraiment embourber les PME qui ne possèdent simplement pas les compétences internes pour, soit comprendre toutes les règles, soit s'organiser pour s'y conformer, tout en tirant bien leur épingle du jeu dans les exportations, malgré la concurrence.

Les nombreux programmes et tentatives visant à faciliter l'exportation et à la rendre plus attrayante pour les PME canadiennes semblent laisser subsister une grave absence, celle d'un organisme unique qui superviserait le régime réglementaire des exportations. Il n'y a pas, au gouvernement, de ce que j'appellerais, faute de mieux, d'ombudsman chargé des exportations. Tous les organismes gouvernementaux qui souhaitent imposer une exigence aux exportateurs devraient passer par un point de contrôle, pour justifier cette exigence, avant l'édiction de la loi ou du règlement.

Le ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement devrait être chargé d'un inventaire de tous ces règlements qui touchent les exportations et se servir de l'Initiative de réduction de la paperasse pour rationaliser les processus et supprimer les obstacles qui existent ici au Canada, partout où c'est possible.

Je suis sûre que personne, ici, ne sera étonné de l'existence d'un autre obstacle important que doivent vaincre les exportateurs canadiens dans le pays importateur, la masse des règlements qui y sont en vigueur. Les difficultés vont des obstacles non tarifaires, visant à décourager les importateurs vers ce marché, aux sites Web du gouvernement où on trouve des renseignements indispensables d'ordre réglementaire dans d'autres langues que l'anglais ou le français. Ces sortes d'obstacles, souvent prévus et impossibles à éviter, obligent les PME canadiennes à embaucher des spécialistes locaux pour élucider les règles à suivre pour ouvrir ce marché à leurs produits.

Le service des délégués commerciaux fait de l'excellent travail pour aider les PME canadiennes à trouver sur place des avocats, des courtiers, des comptables fiscalistes et des spécialistes du domaine qui les aideront dans les négociations et les orienteront dans le nouveau marché et ses règles complexes. Cette aide est utile, mais il faut de l'argent pour embaucher ces spécialistes. En fonction de la complexité des marchandises exportées, leurs honoraires peuvent s'ajouter assez rapidement pour atteindre des montants assez faramineux.

Nous sommes heureux de constater qu'on reconnaît que les PME exportatrices ont besoin d'un financement que, souvent, elles ne peuvent pas trouver chez les prêteurs ordinaires, pour embaucher les

spécialistes qui leur permettront de s'y retrouver dans le dédale des règlements du pays ou d'ici. Nous recommanderions, notamment, en ce qui concerne ce programme, de garder la trace des chiffres, pour savoir combien, sur les 50 millions de dollars, vont à des Canadiens pour qu'ils s'y retrouvent dans les programmes d'ici, et que ces efforts soient directement reliés à l'Initiative de réduction de la paperasse et à l'inventaire des règlements touchant l'exportation par le MAECD auxquels j'ai fait allusion plus tôt.

Pour ce qui est du financement accru du service des délégués commerciaux, nous aimerions formuler quelques observations sur l'ensemble du service. Pour commencer, ce service est l'un des secrets les mieux gardés du gouvernement canadien. Nous voyons souvent à la télévision et dans d'autres médias des publicités qui soulignent toutes sortes de services gouvernementaux accessibles aux Canadiens, mais il est rarement question d'expliquer le travail du service des délégués commerciaux et l'aide qu'il peut apporter aux PME et, en fait, à tous les exportateurs canadiens. Nous conseillons vivement un meilleur marketing des services accessibles aux PME.

À maintes reprises, l'honorable ministre Fast a dit que les accords commerciaux qui marquent l'histoire ont besoin d'une promotion historique des échanges commerciaux. Nous sommes d'accord. Ces derniers mois, le Canada a mis en oeuvre ou négocié certains des accords commerciaux les plus importants de son histoire. Les programmes annoncés le 18 mars pointent dans la bonne direction pour que ces accords négociés entraînent la croissance économique du Canada.

Persuader les PME qu'elles sont assez importantes ou qu'elles ont les reins assez solides pour envisager l'exportation, voilà une autre question. Dans un monde où les échanges internationaux évoluent rapidement, les stratégies et les solutions efficaces il y a 10 ans à peine risquent d'être bien déphasées par rapport à la réalité nouvelle qu'affrontent les exportateurs canadiens de toutes tailles. Internet a nivelé tous les joueurs à la grandeur de la planète. Il faut donc donner une longueur d'avance au positionnement stratégique que nous, les Canadiens, nous donnerons à nos exportateurs et aux ressources que nous leur fournirons.

Pour prendre l'avance dans la course à laquelle tous les pays commerçants du monde participent et vraiment donner aux PME canadiennes un avantage, quand elles arrivent sur ces marchés, envisageons d'harmoniser nos rapports avec le pays hôte, en tenant de compte de sa volonté d'exporter ses produits et services au Canada. Nous pourrions ainsi cerner des solutions mutuellement avantageuses.

En acceptant officiellement et ouvertement que la signature d'un accord commercial signifie l'importation de marchandises au Canada, on peut se donner un avantage stratégique. Ce n'est pas un contretemps sur des facteurs économiques clés. Le choix stratégique des importations que nous favorisons, en échange de la capacité de cibler nos exportations, voilà une stratégie commerciale bien inspirée, qui devrait être mise en place en même temps qu'une stratégie du gouvernement. Notre objectif national devrait être de nous connecter aux chaînes logistiques mondiales, ce qui se traduit souvent par des exportations, mais pas exclusivement.

•(1540)

La rançon, parfois, de la globalisation, c'est de devoir importer des produits au Canada. Les propres statistiques du MAECD révèlent que c'est le cas de 48 % des exportateurs canadiens, mais, pourtant, nos stratégies commerciales ne comportent que la promotion des exportations, sans dire un mot de la façon dont nous pouvons utiliser les importations à notre profit.

Pour terminer, je dirai seulement que nous avons l'occasion d'utiliser notre canadienité et notre renommée mondiale. Notre drapeau qui s'affiche sur nos sacs à dos nous accompagne autour du monde, et nous sommes fiers de dire que nous sommes Canadiens. Nous sommes réputés pour notre amabilité et notre souplesse de caractère, et je pense que nous avons la possibilité de nous servir de notre canadienité pour obtenir de nos partenaires commerciaux une coopération jamais accordée à d'autres pays.

C'est ici que se termine mon exposé.

Le président: Merci, madame Nott.

Passons maintenant à la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante.

Madame Pohlmann, vous disposez de 10 minutes.

Mme Corinne Pohlmann (vice-présidente principale, Affaires Nationales, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante): Je vous remercie de l'occasion que vous m'accordez pour faire connaître le point de vue de notre fédération sur l'exportation chez les PME et sur les annonces récentes qui visent à les aider dans ce processus.

Pour commencer, la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante est un organisme sans couleur politique, sans but lucratif, qui représente plus de 109 000 PME de partout au Canada, lesquelles, collectivement, emploient plus de 1,25 million de Canadiens et contribuent à hauteur de 75 milliards de dollars au PIB. Nos membres représentent tous les secteurs de l'économie et se recrutent dans toutes les régions du pays.

Collectivement, les PME canadiennes emploient plus de 60 % des Canadiens qui sont dans le secteur privé. C'est à elles qu'est attribuable le gros de la création d'emplois, et elles représentent environ la moitié de tout notre PIB. En vous attaquant donc à des problèmes qui sont importants pour elles, vous pouvez provoquer un impact à grande échelle sur la création d'emplois et l'économie.

Permettez-moi d'abord de dire que si les annonces récentes visant à aider les PME à exporter leurs produits nous portent à l'optimisme, nous ne savons pas vraiment comment cela se traduira dans la réalité et nous ne sommes pas certains de l'efficacité des mesures. Nous allons donc vous faire part surtout de certaines des difficultés qu'affrontent les petits exportateurs et comment ces annonces pourraient être conçues pour mieux les aider, sur cette question.

Nous demandons régulièrement à nos membres s'ils participent aux échanges commerciaux. La dernière fois, c'était en 2012, et le cinquième, soit 21 %, a répondu qu'ils avaient vendu des biens ou des services à l'étranger au cours des trois dernières années. Environ la moitié en avait acheté à l'étranger. Fait aussi intéressant, une autre tranche de 6 % prévoyait d'augmenter sa participation aux échanges commerciaux, mais cette participation, alors, était nulle.

Ces résultats ont été assez constants au fil du temps. Nous avons obtenu des résultats similaires en 2009. Je vous ferai observer que ces chiffres diffèrent totalement de ceux de Statistique Canada, par exemple, selon lesquels seulement 10,4 % des PME participent effectivement à l'exportation de produits.

Cet écart trouve plusieurs explications, notamment que les données de Statistique Canada proviennent de la base de données pour le registre des exportateurs, qui ne s'intéresse qu'aux exportations de produits, et non de services, et sur les établissements dont la valeur des exportations dépasse 30 000 \$ par année. Nos données ne sont aucunement limitées de la sorte. Elles englobent des entreprises qui peuvent ne pas participer aussi fréquemment aux échanges et en valeur moindre, mais elles comprennent aussi les exportations de services seulement. Par exemple, dans une enquête faite en 2009, qui portait surtout sur les échanges avec les États-Unis, nous avons constaté que 4 % de nos membres n'exportaient que des services. Cela donne donc une idée des lacunes de certaines données entendues ou lues.

Beaucoup de nos données peuvent ne pas être recueillies, nécessairement, dans les données nationales de Statistique Canada. Quant à nous, nous avons besoin d'en savoir davantage sur ce groupe particulier et d'avoir une idée de ses expériences, car cela risque d'influer sur sa volonté de poursuivre les exportations ou d'entrer sur de nouveaux marchés. Une expérience désagréable pourrait laisser à un éventuel exportateur l'impression que cela n'en vaut pas la peine, simplement parce qu'il n'a pas profité de l'appui, du financement ou des renseignements qui pourraient avoir tout changé.

Quels sont les débouchés de ces entreprises? Les États-Unis restent, et de loin, la destination la plus probable des exportations des petites entreprises canadiennes, suivies de l'Union européenne, du Mexique, de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande et de la Chine.

Bien qu'elles constituent encore une proportion très faible — et vous pouvez constater, par mon diaporama, que la proportion devient assez petite dans les autres marchés émergents —, je vous ferai remarquer que, en fait, ce sont les petites entreprises qui, souvent, arrivent les premières dans les nouveaux marchés émergents. La recherche de moyens pour les appuyer et encourager afin de réduire au minimum les difficultés qu'elles affronteront inévitablement constitue une priorité importante de ces types de programmes, parce qu'une ou deux difficultés en cours de route risquent de décourager ces petits exportateurs de même continuer à exporter vers ces marchés ou, potentiellement, vers de nouveaux marchés.

Parmi celles qui, actuellement, n'exportent rien, une bonne proportion ne se voit pas dans cette sphère d'activités, puisqu'elles croient leur produit non exportable. Il en reste cependant encore 38 % qui pourraient s'y livrer. Si on trouvait des moyens de contourner les barrières qui les arrêtent ou de souligner les avantages de l'exportation pour leurs entreprises et leurs communautés, on pourrait en inciter un plus grand nombre à se risquer à conquérir de nouveaux marchés.

Parmi les autres raisons invoquées pour ne pas exporter leurs produits, mentionnons celles qui estiment que, pour le moment, le marché national leur suffit. Ce groupe particulier gagnerait à mieux comprendre comment les marchés d'exportation pourraient les aider dans leur croissance et dans leur expansion. D'après nous, c'est un sujet sur lequel le ministère du Commerce international, le Service des délégués commerciaux et même des groupes comme nous et ceux qui sont ici présents pourraient certainement aider à changer les perceptions.

De plus, cependant, 1 entreprise sur 10 a dit ne pas avoir les ressources, les compétences et les contacts nécessaires pour conquérir de nouveaux marchés, et 1 sur 20 a dit ne pas posséder l'information nécessaire sur les possibilités d'exportation et le financement approprié. Ce sont tous des problèmes qui peuvent et qui devraient être réglés, dans une certaine mesure, grâce aux récentes annonces de la création d'un programme de développement des marchés d'exportation et à l'augmentation des ressources du Service des délégués commerciaux.

● (1545)

Même ceux d'entre nous qui font déjà du commerce dans d'autres marchés, comme l'Union européenne, font face à des difficultés concernant le coût, la complexité et les formalités administratives. Ce qui a été annoncé récemment pourrait contribuer à résoudre certains de ces problèmes aussi, en particulier par l'intermédiaire du Service des délégués commerciaux, lequel pourrait fournir de l'information et des conseils sur les meilleures façons de procéder au sujet des règles et des normes, aider aux formalités administratives et, même, contribuer à interpréter certaines exigences au besoin, ce qui correspond beaucoup à certaines des choses que Joy a dites.

Nous saluons assurément les annonces récentes du gouvernement concernant le soutien à l'exportation pour les PME, car cela pourrait alléger certaines contraintes auxquelles les petites entreprises font face si les mesures de soutien sont bien conçues et financées.

La FCEI recommande d'abord et avant tout un programme de développement des marchés d'exportation qui met l'accent sur les petites et moyennes entreprises en imposant des limites sur la taille des entreprises admissibles. Nous estimons que le programme doit être simple et accessible, ce qui signifie qu'il y aurait un nombre limité de restrictions à l'accès au programme, et qu'il doit être ouvert aussi bien aux nouveaux exportateurs qu'aux entreprises qui exportent déjà et cherchent à accéder à de nouveaux marchés.

Le programme doit aussi être le plus ouvert possible de sorte qu'il ne se limite pas aux utilisateurs qui veulent accéder à des marchés particuliers, comme les marchés émergents seulement, et il doit également mettre l'accent au moins sur les marchés où des accords commerciaux ont récemment été signés.

Nous dirions aussi au gouvernement de s'abstenir de trop limiter les coûts admissibles dans le cadre du programme. Si les coûts sont manifestement liés aux efforts d'expansion dans un nouveau marché, il faut en tenir compte. Nous demandons aussi que la paperasserie associée à ce programme soit réduite au minimum. Pour ce faire, il faut des formulaires faciles à comprendre et des ressources disposées à offrir du soutien aux PME qui font des demandes dans le cadre du programme. Autrement dit, elles ne devraient pas être obligées de faire appel à un consultant pour présenter une demande dans le cadre du programme.

Il est essentiel que le programme soit régulièrement évalué en profondeur afin qu'il soit possible de déterminer la mesure dans laquelle il aide efficacement les petites et moyennes entreprises à accéder à de nouveaux marchés, et il faut qu'on soit prêt à y apporter des changements au besoin pour veiller à ce qu'il aide effectivement le marché des PME visé et qu'il donne les résultats pour lesquels il a été créé.

Enfin, dans son annonce du mois de mars, le gouvernement s'est aussi engagé à verser des fonds additionnels au Service des délégués commerciaux pour qu'il appuie les PME. Malheureusement, je dois dire que la plupart des PME ne sont pas au courant de l'existence du Service des délégués commerciaux. Celles qui le connaissent

s'estiment dans bien des cas trop petites pour avoir l'aide des délégués commerciaux. On a l'impression que le service est réservé aux grandes entreprises dont les volumes d'exportation sont plus importants. Nous encourageons le gouvernement à faire une meilleure promotion des services en général et à signaler en particulier que les délégués commerciaux veulent aider les petites entreprises et sont capables de le faire.

Il y a aussi le problème de certaines PME venant de secteurs plus traditionnels de l'économie qui ne peuvent obtenir autant d'aide du Service des délégués commerciaux, car on a eu tendance, ces dernières années, à demander aux délégués commerciaux de se concentrer sur les secteurs clés de l'économie seulement, ce qui peut parfois limiter leur capacité d'aider une entreprise dont l'activité ne correspond peut-être pas à ces secteurs prédéterminés. Nous encourageons le ministère du Commerce international à veiller à ce que des délégués commerciaux soient en mesure de s'acquitter d'un mandat plus vaste et d'aider convenablement ces types de petites entreprises.

Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de vous faire un exposé et de présenter nos idées. Je serai ravie de répondre à toutes vos questions.

● (1550)

Le président: Excellent. Merci beaucoup.

Nous passons à notre témoin suivant, qui représente Manufacturiers et exportateurs du Canada.

Philip Turi est l'avocat général et le directeur des Services d'affaires mondiaux.

Vous avez la parole pour 10 minutes, Philip.

Me Philip Turi (avocat général, Directeur, Services d'affaires mondiaux, Manufacturiers et exportateurs du Canada): Merci, monsieur le président.

Bonjour, mesdames et messieurs. Je suis heureux d'être le troisième, car je pense que mes observations vont bien s'harmoniser à celles de mes collègues ici présents.

Je suis ravi d'être ici aujourd'hui pour discuter de l'annonce récente du gouvernement du Canada concernant le soutien aux PME exportatrices en ma qualité de directeur des Services d'affaires mondiaux de MEC, puisque mon rôle est de superviser les initiatives de promotion du commerce national et de l'exportation de MEC.

Manufacturiers et exportateurs du Canada est la plus importante association industrielle sans but lucratif du Canada à représenter les manufacturiers et les exportateurs dans tous les secteurs commerciaux à l'échelle du Canada. Ensemble, nos membres sont responsables de plus de 80 % des exportations de produits autres que des produits de base ainsi que de milliers d'emplois bien rémunérés partout au Canada.

Je vais commencer par signaler que mon équipe est littéralement sur la ligne de front de la promotion et de la facilitation du commerce au Canada et a constaté par elle-même les effets du PAMM, le Plan d'action sur les marchés mondiaux.

Au cours des deux dernières années, mon équipe a organisé six missions commerciales axées sur des secteurs spécifiques aux États-Unis et au Mexique en particulier, dans chaque cas avec l'aide financière du gouvernement fédéral. Nous avons aussi coordonné l'accueil de nombreuses missions commerciales étrangères au Canada et avons organisé plus de 40 webinaires sur les débouchés à l'exportation présentant des délégués commerciaux en poste à l'étranger et d'autres spécialistes du commerce international. Nous avons lancé le Réseau canadien d'entreprises, un guichet unique qui a aidé plus de 700 entreprises canadiennes à trouver et à contacter des milliers de partenaires dans les domaines du commerce international et de la technologie. Au fil des mois à venir, de concert avec notre gouvernement et des partenaires du secteur sans but lucratif, nous lancerons des ateliers de mentorat et de formation à l'exportation afin de contribuer à l'acquisition de la capacité au sein des PME canadiennes.

MEC a aussi énormément travaillé avec le MAECD et les partenaires du portefeuille du commerce du gouvernement, y compris le Service des délégués commerciaux, Exportation et développement Canada, la Banque de développement du Canada et la Corporation commerciale canadienne, à la coordination et à la diffusion d'information nécessaire à un meilleur soutien aux entreprises canadiennes. Par exemple, mon équipe du MEC s'est associée avec ces agences dans la mise en oeuvre d'un programme national de sensibilisation appelé « Le monde à votre portée: soutenir le succès à l'exportation », une série d'ateliers commerciaux pratiques s'adressant aux PME et mettant en évidence les services commerciaux que chaque agence gouvernementale offre.

À ce jour, nous avons tenu plus de 15 ateliers « Le monde à votre portée » dans des collectivités partout au Canada et avons attiré plus de 2 000 participants dont la plupart étaient des représentants de PME. J'ai animé la plupart de ces séances et je serai ravi de répondre à toutes vos questions à leur sujet pendant la période des questions.

Aujourd'hui, vous avez demandé à mon organisation et à mes collègues de comparaître devant vous pour parler de l'annonce récente du gouvernement concernant les fonds servant à aider les PME à saisir des occasions d'expansion des exportations, en particulier dans les marchés à forte croissance. Avant de vous faire part de ce que je pense, il est important de souligner le climat actuel concernant les exportations au Canada.

En cette période où les prix du pétrole sont bas et où l'investissement dans la région où sont exploités les sables bitumineux diminue, la pression exercée sur les exportateurs canadiens pour qu'ils soutiennent l'économie s'accroît. Heureusement, et comme l'a récemment souligné le gouverneur de la Banque du Canada Stephen Poloz, la faiblesse du dollar canadien est une bénédiction pour les exportations de produits autres que les produits de base au Canada, en particulier dans les secteurs liés à l'investissement commercial aux États-Unis et les secteurs de la machinerie et de l'équipement, des matériaux de construction, des métaux et de l'aérospatiale qui donnent tous d'excellents signes de croissance, dernièrement.

Cependant, mis à part cette récente hausse marquée et les limites des données, les difficultés relatives à l'augmentation des exportations vers les marchés émergents demeurent. Dans un rapport publié en janvier 2015 par Industrie Canada, on signalait que la plupart des 10 % de PME exportatrices continuaient de se concentrer sur les États-Unis. Ce n'est pas surprenant. Seulement 10 à 12 % des PME canadiennes qui font de l'exportation vendent en ce moment à l'Amérique latine, à la Chine ou à d'autres marchés asiatiques. De plus, les exportations vers ces régions représentent moins de 10 %

des revenus d'exportation totaux. Comme tel, le PAMM met à juste titre l'accent sur ces marchés comme étant des marchés de croissance prioritaires pour les prochaines étapes.

En ce qui concerne le financement de l'aide à l'exportation pour les PME, il vaut peut-être mieux aborder cette question en examinant ce qu'il faut financer et la façon de le faire. On trouve des indices de ce qu'il faut financer dans le Plan d'action économique récent, dans lequel le gouvernement a indiqué que le programme aiderait à financer des activités comme les études de marché, la participation aux foires et aux missions commerciales, la mise au point de prototypes de transport de marchandises et la réalisation de projets pilotes dans le but de créer de nouvelles possibilités commerciales.

Je n'ai pas assez de temps pour examiner chacun de ces exemples, mais il est important de souligner que les exportateurs peuvent se prévaloir de plusieurs programmes provinciaux et locaux qui offrent le financement d'activités semblables. Dans des provinces comme la Saskatchewan, la Nouvelle-Écosse, le Québec et l'Ontario, les exportateurs locaux bénéficient de programmes optimisés qui leur viennent en aide pour la visite de foires commerciales, la réalisation d'études de marchés étrangers et la commercialisation internationale. Ces programmes sont souvent très sollicités et comblent des lacunes importantes dans le financement requis pour accélérer la croissance des exportations.

Il y a aussi des programmes d'aide à l'exportation au fédéral, en particulier le financement du programme Opportunités mondiales pour les associations du ministère des Affaires étrangères, le Financement d'expansion de marchés de la BDC et les solutions de financement d'EDC à l'intention des exportateurs. Le financement direct est un dénominateur commun de tous les programmes, bien qu'il prenne la forme de prêts remboursables dans certains cas, et il peut servir à des initiatives globales et ciblées d'expansion internationale des affaires. La plupart de ces programmes exigent que l'exportateur réponde à des critères de base, notamment, être une entité canadienne résidente et avoir un produit exportable.

● (1555)

La plupart de ces programmes et produits sont aussi bien adaptés aux entreprises d'une taille en particulier, par exemple celles qui comptent plus de 50 employés, dont les revenus dépassent le demi-million de dollars et qui possèdent de l'expérience de l'exportation, habituellement vers les États-Unis.

Cela soulève la question évidente: qu'est-ce que le programme de financement de l'expansion des marchés d'exportation récemment annoncé peut faire différemment de ce qui est actuellement offert aux PME? Pour commencer, il faut que le financement soit offert aux petites et moyennes entreprises, soit les entreprises qui comptent moins de 50 employés, dont les revenus sont inférieurs au demi-million de dollars et qui possèdent peu d'expérience de l'exportation ou qui n'en possèdent pas du tout. Le potentiel de croissance des exportations devrait représenter le principal critère de financement. Les demandeurs admissibles devraient être des entreprises qui exportent déjà, qui comptent exporter ou qui vendent leurs produits dans une chaîne de valeur ou une chaîne d'approvisionnement menant à des exportations.

Le financement doit être facile d'accès — je répète ce que mes collègues ont dit — et être administré efficacement, surtout si le public est composé de petites entreprises. Il faut déterminer s'il vaut mieux que le gouvernement administre le financement directement ou par l'intermédiaire d'un agent de mise en oeuvre. Il faut examiner attentivement les coûts d'administration de même que les obligations juridiques internationales du Canada concernant les subventions.

Le financement doit aussi être structuré de manière à encourager les gens à utiliser les services existants d'organisations comme EDC, la BDC et le SDC en donnant des points aux demandeurs qui sont déjà clients de ces agences ou qui sont sur le point d'en devenir des clients.

En ce qui concerne la structure du financement, il serait utile de prendre comme modèle le programme SMART de MEC. Le programme SMART administre les fonds de FedDev destinés aux entreprises qui veulent investir dans la technologie de pointe liée à la croissance, pour l'amélioration de la productivité ou des exportations. Le programme SMART comporte un volet d'évaluation et un volet de financement de projet. Le volet d'évaluation aide l'entreprise à évaluer l'état actuel de ses opérations et à comprendre les obstacles qu'elle risque de rencontrer dans l'environnement concurrentiel à l'échelle mondiale en travaillant avec un spécialiste qualifié et en utilisant les outils que comporte le programme d'évaluation pour concevoir une vision et une stratégie. Les constatations de l'évaluation permettent à l'entreprise de mettre en oeuvre un projet dans le cadre du volet de financement de projet, lequel comporte une contribution correspondant à un pourcentage des coûts admissibles ne dépassant pas 100 000 \$ pour mettre en oeuvre la stratégie conçue à l'étape de l'évaluation.

Si le programme SMART servait de modèle, le financement du développement des marchés d'exportation serait axé sur les projets, se fonderait sur une évaluation et une stratégie propre à la PME en question et prévoirait des ressources internes continues pour mettre en application cette stratégie d'exportation sur plusieurs années en augmentant nettement les chances d'une pénétration réussie des marchés étrangers.

Pour garantir une évaluation impartiale des demandes mettant l'accent sur le financement des projets d'exportation présentant un fort potentiel de croissance, l'équipe d'évaluation devrait être un comité directeur composé d'exportateurs chevronnés de l'industrie et venant des secteurs prioritaires qui sont précisés dans le PAMM.

Mon exposé tire à sa fin, et j'aimerais terminer en pressant le comité, dans son étude des meilleures façons de structurer le financement du développement des marchés d'exportation, de ne pas répéter la myriade de programmes provinciaux et locaux existants à l'échelle du Canada. Au lieu de cela, changez les choses en ciblant les entreprises qui présentent le plus fort potentiel d'exportation et versez des fonds menant à une pénétration soutenue des marchés étrangers sur une certaine période.

Je vous remercie de m'avoir accordé votre temps et je serai ravi de répondre aux questions.

• (1600)

Le président: Merci à nos témoins.

Nous allons passer aux questions et réponses.

Monsieur Davies, vous avez la parole pour sept minutes.

M. Don Davies (Vancouver Kingsway, NPD): Merci, monsieur le président, et merci à nos témoins de leur présence avec nous aujourd'hui. Vous nous avez présenté des déclarations très détaillées et très utiles.

Je vais commencer par l'accès aux capitaux. Nous en sommes à la fin de notre étude. C'est le dernier jour où nous entendons des témoins, et de nombreux représentants de PME de divers secteurs sont venus témoigner. De nombreuses PME nous ont dit que la difficulté d'obtenir des capitaux représente un obstacle majeur quand il est question de se lancer dans l'exportation ou d'accroître les possibilités d'exportation. Quelles sont vos suggestions concernant

cet enjeu? Monsieur Turi, je pense que vous venez d'en faire une, avec le montant cible de 100 000 \$. Avez-vous le coût de ce programme? Est-ce que quelqu'un parmi vous a d'autres suggestions sur la façon de rendre les capitaux plus accessibles aux PME?

Me Philip Turi: Bien sûr. Le programme SMART en particulier est un exemple de financement de FedDev. MEC applique ce programme en Ontario depuis huit ans. Le financement est versé par FedDev et administré par MEC. Le coût d'administration du financement correspond généralement à 5 à 10 % du financement total — et c'est sur des périodes de deux ans. Le financement versé aux entreprises ne dépasse pas 100 000 \$. Cette partie du financement peut servir à concevoir la stratégie, à examiner le fonctionnement de l'entreprise ou son personnel. Souvent, cet argent est consacré à de la nouvelle machinerie, à du nouvel équipement et à de nouveaux processus. C'est un montant maximum de 100 000 \$. Les entreprises vont habituellement verser des fonds de contrepartie pour cela.

M. Don Davies: Quel est le montant total consacré à ce programme par année?

Me Philip Turi: C'est 20 millions de dollars sur deux ans.

M. Don Davies: Madame Pohlmann ou monsieur Nott, avez-vous des idées au sujet de l'accès aux capitaux?

Mme Corinne Pohlmann: L'accès aux capitaux représente un problème, que vous exportiez ou pas, surtout si vous poursuivez votre croissance passé l'étape du démarrage. Pour les jeunes entreprises, je pense qu'il y a maintenant diverses façons d'obtenir du financement. Cela demeure difficile, mais au moins, il y a des programmes.

C'est quand vous arrivez à l'étape suivante de la croissance — parfois, se lancer dans l'exportation peut constituer cette étape suivante de la croissance — que les choses peuvent être très difficiles.

Honnêtement, je pense qu'EDC est perçue comme une organisation qui aide davantage les grandes entreprises que les petites; c'est moins le cas de la BDC. Il faut dire que la BDC a comme mandat d'aider les petites entreprises.

Encore là, je pense que c'est un problème de perception. EDC accorde des fonds et du financement aux petites entreprises aussi, mais je pense que les gens ne le savent tout simplement pas. S'ils le savent, ils estiment que leurs entreprises ne sont pas assez grosses. Cela fait partie du problème dont nous parlons: les petits exportateurs n'ont pas l'impression que le gouvernement se préoccupe d'eux et pensent qu'ils doivent se débrouiller sans aide. Encore là, cela ne veut pas dire que c'est vrai; c'est la perception.

M. Don Davies: Madame Nott, je pense que je vais vous poser une question plus précise.

Des témoins nous ont aussi parlé de l'ASFC. Nous savons que les importations sont aussi importantes que les exportations pour le succès commercial des PME. Des PME nous ont informés de problèmes particuliers qu'elles rencontrent concernant les inspections de l'ASFC et autres obstacles.

Je me demande si vous avez des commentaires à faire au comité à propos de l'ASFC et des façons dont nous pourrions améliorer le processus pour mieux aider les PME avec les importations et les exportations.

Mme Joy Nott: Corinne et moi, nous nous regardons en souriant, car je sais que le temps est limité, alors je vais juste...

•(1605)

M. Don Davies: C'est une question propice à une formation d'une fin de semaine.

Mme Joy Nott: En toute équité, l'Agence des services frontaliers... Pour être tout à fait transparente, je dois vous dire que je suis coprésidente du Comité consultatif sur les activités commerciales à la frontière (CCACF) ainsi que du comité de l'ASFC sur la sensibilisation du public. Je voulais que ce soit clair pour tout le monde.

Je crois que l'agence doit composer avec différentes difficultés. En toute franchise, son problème principal du point de vue de l'exportation est assez simple. Pas moins de 95 % de ses ressources — argent, personnel, formation, infrastructure et tout ce que vous pouvez imaginer — sont consacrées à l'aspect importation. L'exportation doit se contenter du 5 % qui reste.

Il faut avouer que bon nombre des agents de l'ASFC souffrent d'un manque criant de formation relativement aux exportations. À titre d'exemple, il leur faut savoir comment réagir rapidement lorsqu'il se produit un changement important pouvant influencer sur les exportations, comme dans le cas des sanctions imposées à la Russie qui était auparavant prise en compte dans notre PAMM en plus d'être le R au cœur du BRIC. C'est souvent l'exportateur, une PME dans bien des cas, qui doit dire à l'agent des douanes ce que prévoient les sanctions imposées. L'agent intercepte l'envoi à la frontière simplement parce qu'il sait que la Russie est visée, et l'exportateur doit lui expliquer que son envoi est admissible pour telle et telle raison.

Vous avez peut-être l'impression que je suis en train de dénigrer l'Agence des services frontaliers, mais ce n'est pas le cas à bien des égards. Ces gens-là travaillent très fort. On ne cesse de changer les règlements et d'en ajouter de nouveaux, et ils ont désespérément besoin de formation. Il faut concentrer les efforts en ce sens sur la façon dont ils peuvent aider concrètement les exportateurs, surtout pour ce qui est de la rétention de marchandises.

Je vous dirais en terminant que l'agence a sa définition bien à elle de ce qui peut être considéré comme de la « rétention ». J'ai actuellement un exportateur dont la cargaison est conservée par l'agence depuis trois semaines pendant que l'on s'emploie à déterminer si les marchandises seront retenues ou non, car le concept de « rétention » est défini de façon bien précise.

M. Don Davies: Je vais maintenant parler un peu des personnes.

Je crois que nous avons passé les 25 dernières années à nous efforcer d'accroître l'efficacité des mouvements transfrontaliers de biens et de services. Il nous reste encore toutefois à régler la question de ces professionnels ou dirigeants qui doivent pouvoir traverser facilement les frontières afin d'aller travailler pour le compte de leur entreprise, ou le problème de ces visas de séjour ou de transit qui sont exigés dans les aéroports.

Comment trouver le juste équilibre entre la nécessité d'accroître la mobilité internationale du personnel qualifié et l'obligation de protéger les emplois des Canadiens? Avez-vous réfléchi à la question?

Mme Joy Nott: Ce n'est pas que je veuille refiler la question à Corinne, mais je crois qu'elle serait mieux à même de vous fournir une réponse détaillée dans la perspective de la FCEI. Pour notre part, nos membres sont la plupart du temps des gens d'affaires qui voyagent et doivent obtenir les visas nécessaires... L'exemple type est bien sûr celui du Mexique, un de nos partenaires de l'ALENA, qui exige tout de même des visas.

Je vais laisser la parole à Corinne qui devrait pouvoir mieux vous répondre.

Le président: Désolé, Corinne, mais je ne peux pas vous laisser répondre.

Vos sept minutes sont écoulées, monsieur Davies.

Nous passons à M. Gill.

M. Parm Gill (Brampton—Springdale, PCC): Je veux remercier nos témoins pour leur comparution devant le comité et leur contribution à notre étude.

Ma question s'adresse à vous trois. Selon vous, dans quelle mesure les PME canadiennes sont-elles au courant de toute la gamme de services de promotion du commerce qui sont mis à leur disposition?

Mme Corinne Pohlmann: Je vais commencer. Les PME n'y connaissent rien. Strictement rien.

À différentes occasions au fil des ans, nous avons cherché à savoir si ces services plus généraux étaient bien connus, et nous avons dû constater que très peu de gens savaient même qu'ils existaient. Comme je l'ai indiqué dans mes observations, même parmi ceux qui étaient au courant, plusieurs avaient l'impression que leur entreprise n'était pas assez grande pour que le gouvernement la juge suffisamment importante pour investir de son temps et de son énergie. C'est donc vraiment un grand défi.

Mme Joy Nott: Je ne sais pas trop ce que je pourrais ajouter, si ce n'est pour vous parler des publicités télévisées diffusées récemment par EDC pour traiter directement de cette question. Je félicite donc EDC pour cette initiative qui vise à faire comprendre aux PME canadiennes qu'elles ne sont pas trop petites pour faire de l'exportation et que c'est une option qu'elles devraient certes envisager. J'estime que nous devrions miser encore davantage sur des campagnes semblables dans les médias grand public pour que les PME comprennent bien qu'elles ont tout à gagner à avoir recours à ces services.

Me Philip Turi: J'abonde dans le même sens que mes deux collègues. Je trouve particulièrement utile la série d'ateliers Le monde à votre portée: soutenir le succès à l'exportation, avec la participation du ministre Fast. Nous en avons déjà tenu 15, ce qui nous a permis de mobiliser plus de 2 000 entreprises ou représentants d'entreprise. À chaque occasion, j'anime la période de questions, et je peux vous dire qu'il y a des chefs d'entreprise qui ignorent totalement l'existence de certaines agences comme la CCC. Il est vrai que celle-ci travaille surtout pour le compte des secteurs de l'aérospatiale et de la défense, mais d'autres PME peuvent aussi faire appel à ses services.

J'ai eu l'occasion de discuter avec un grand nombre de représentants d'entreprise, tout particulièrement à l'occasion de ces ateliers qui visent à faire en sorte qu'ils sachent à quelle organisation s'adresser en fonction de leurs différents besoins. Il arrive souvent que ces chefs d'entreprise ignorent totalement l'existence de certaines de ces agences. C'est assurément là un défi que nous devons tous relever. Nous sommes les représentants de différentes associations de l'industrie, et j'estime que nous avons tous une contribution à apporter à cette fin.

Lors des ateliers Le monde à votre portée, je joue habituellement le rôle du PDG de Canada Inc., et je franchis toutes les étapes du processus d'exportation. Je m'adresse d'abord aux gens du SDC pour trouver des débouchés internationaux, et ils expliquent ensuite comment ils procèdent. Je demande alors à EDC ce que je dois faire maintenant que j'ai conclu une entente. Ils parlent des différents services qu'ils offrent dans le contexte du risque d'inversion du levier financier. Je peux parler aux gens de la BDC qui offrent des services de consultation en matière de stratégie d'exportation pour aider les entreprises aux premières étapes du processus, puis m'adresser à la CCC s'il y a une passation de marchés entre gouvernements.

Tout cela est vraiment plutôt simple. Nous constatons qu'à la suite de cet exercice, les dirigeants d'entreprise sont en mesure de savoir exactement à qui s'adresser et à quel moment. N'est-ce pas justement le résultat souhaité? Ces différentes organisations sont accessibles en fonction des besoins de chacun. C'est la stratégie que toute PME devrait adopter.

• (1610)

M. Parm Gill: Vous avez parlé de l'initiative Le monde à votre portée lancée par le ministre Fast. Pouvez-vous nous donner un aperçu des commentaires des participants quant à la pertinence de ces ateliers? Est-ce que cela répond vraiment aux besoins des PME participantes? Dans quelle mesure est-ce efficace à votre avis?

Me Philip Turi: Nous surveillons étroitement les progrès réalisés. Nous avons préparé des formulaires d'enquête que tous les participants remplissent et présentent. Je dirais que nous n'avons reçu aucun commentaire négatif de la part des gens qui assistent à l'atelier.

Je crois qu'au début, nous prêchions les convertis en ce qui a trait aux participants aux ateliers. Quinze ateliers plus tard, je pense que les séances sont assez bien rodées. Nous commençons à offrir les ateliers dans de plus petites collectivités, comme à l'extérieur du Grand Toronto et du centre-ville de Montréal, soit dans des collectivités où la BDC, EDC et le SDC n'ont pas nécessairement de bureaux, et les commentaires sont très positifs. Manifestement, les ateliers interpellent les entrepreneurs. Après y avoir assisté, les entrepreneurs comprennent clairement qui fait quoi, et c'est là notre objectif.

Il va de soi que nous aimerions nous porter à la rencontre d'un plus grand nombre d'entreprises, mais, grâce à la technologie d'aujourd'hui, nous sommes en mesure d'enregistrer les séances, lesquelles sont accessibles en ligne. Il nous suffit de communiquer aux entrepreneurs le site où ils peuvent les visionner.

Je dirais que la série d'ateliers se déroule bien. Si nous ne poursuivons pas les ateliers après les élections, ce sera vraiment regrettable, car je crois que nous avons vraiment réussi à structurer les organismes gouvernementaux clés de manière à ce que les entrepreneurs puissent comprendre à qui s'adresser. C'est évidemment une question sur laquelle nous devons nous pencher dans les mois ou les années à venir, parce que, selon moi, nous avons créé un élan vraiment vaste.

M. Parm Gill: Avez-vous l'impression que la plupart des participants à ces séances ont traité d'une manière ou d'une autre avec un organisme gouvernemental comme le Service des délégués commerciaux, EDC, la BDC, la Corporation commerciale canadienne, etc.?

Me Philip Turi: Je dirais que certains d'entre eux sont des clients actuels, mais ils ne font pas nécessairement affaire avec chacun de ces organismes. Ce que nous observons, ce sont des clients du SDC, par exemple, qui viennent rencontrer des représentants d'EDC et de

la BDC. Nous parvenons à obtenir ces résultats en sensibilisant les gens dont les noms figurent sur nos listes de clients potentiels. Les MEC ont d'une liste de clients potentiels. En fait, nous en avons tous.

Tous ces clients potentiels sont des entreprises que nous examinons pour diverses raisons. Toutefois, s'il s'agit de clients actuels du SDC, nous commençons essentiellement à remarquer qu'ils reprennent leurs activités et qu'ils deviennent des clients d'EDC, de la BDC, ou même de la Corporation commerciale canadienne. C'était l'un des objectifs des mesures que nous avons prises pour faire la promotion de la série d'ateliers offerts aux entreprises canadiennes.

M. Parm Gill: Sauf erreur, je crois que, jusqu'à maintenant, quelque 15 séances ont été offertes. En ce qui concerne l'initiative Le monde à votre portée, lesquelles de ses facettes aimeriez-vous voir gérer différemment? Y a-t-il des améliorations présentement absentes que vous aimeriez voir apporter à l'initiative?

Me Philip Turi: L'initiative pourrait toujours être améliorée, mais nous l'avons modifiée radicalement depuis la tenue de la première activité. Je pense que sa structure actuelle est assez satisfaisante. Si vous organisez cette activité dans de plus petites collectivités où ces organisations n'ont pas nécessairement de bureaux, la difficulté consistera à obtenir que les gens y participent. J'ai assurément des idées constructives que j'aimerais voir mises en oeuvre après les élections.

• (1615)

Le président: Monsieur Gill, c'est tout le temps dont vous disposez.

Nous allons maintenant passer à Mme Freeland.

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

Je souhaitais commencer par interroger Mme Pohlmann.

Les données que vous avez réunies et les observations que vous avez formulées à propos de la nécessité de ces données m'ont vivement intéressée. Qu'est-ce que le gouvernement pourrait faire pour collecter de meilleures données, et en quoi cela serait-il utile?

Mme Corinne Pohlmann: C'est l'un des éléments qui limitent notre compréhension des marchés d'exportation auxquels les entreprises canadiennes ont accès. Comme je l'ai mentionné, la base de données pour le registre des exportateurs, d'où proviennent la plupart des données analysées, a ses limites. Si vous exportez moins de 30 000 \$ par année, vous ne figurez pas dans la base de données. Selon nos données, un nombre assez important d'autres entreprises mènent des expériences de ce genre et tentent de pénétrer d'autres marchés de cette façon.

Un autre aspect dont nous avons parlé auparavant a trait au fait que la base de données ne rend pas toujours compte de la façon dont le commerce évolue de nos jours. Il y a de nombreuses entreprises canadiennes, auxquelles j'ai moi-même parlé, qui emploient quatre, cinq ou six travailleurs et qui effectuent tous leurs travaux de recherche, de conception et de commercialisation au Canada, mais qui font fabriquer leurs produits dans d'autres pays et qui les exportent ailleurs dans le monde depuis ces pays. À mon avis, les données existantes relatives à l'exportation ne prennent nullement en compte les activités de ces entreprises, et il y a de nombreux autres exemples de ce genre. Certaines entreprises font aussi partie d'une chaîne de valeur. Par conséquent, elles ne participent pas directement à l'exportation, mais elles jouent un rôle crucial dans le marché d'exportation, car les composantes particulières qu'elles fournissent font partie intégrante des machines plus grosses qui sont exportées.

Je pense que les données dont nous disposons sont très limitées, tout comme notre compréhension de ce qui se passe sur le marché canadien. J'ai souvent l'impression que les données sous-estiment les activités qui se déroulent. Je pense que nous devons déployer plus d'efforts pour rendre compte de ce qui se produit sur le marché.

Mme Chrystia Freeland: Je vois Mme Nott et M. Turi hocher vivement la tête, et c'est ce que j'ai observé au cours de votre exposé.

L'un ou l'autre d'entre vous a-t-il quelque chose à ajouter? N'importe quel genre de recommandations précises que vous pourriez formuler à propos de la façon dont le gouvernement pourrait recueillir de meilleures données nous seraient utiles, car nous pourrions les mentionner dans notre rapport.

Mme Joy Nott: Je me contenterais de dire... Comme vous pouvez le constater, j'approuve de tout coeur tout ce que Corinne vient de dire. Pour répondre à votre question à propos des mesures particulières que vous pourriez prendre en ce qui concerne les types de transactions liées à des produits conçus au Canada, mais fabriqués ailleurs, je vous dirais de suivre la trace de l'argent. Des déclarations de revenus sont produites. L'un des services du gouvernement dispose de données relatives à l'ensemble de leurs revenus, car cet argent revient au Canada. Suivez la trace de l'argent, et cela devrait vous permettre de trouver un moyen — que je ne connais pas, n'étant pas statisticienne — de déterminer la façon dont vous pourriez circonscrire ce que vous tentez de quantifier.

Je suis d'accord avec Corinne. Ces transactions sont substantielles et représentent habituellement les premières tentatives véritables d'exportation des PME. Aucun produit ne quitte le Canada, mais les entreprises exportent tout de même.

Mme Chrystia Freeland: Madame Nott, vous êtes peut-être une statisticienne, mais, selon moi, vous êtes une logisticienne. J'ai trouvé cela très impressionnant.

Monsieur Turi, avez-vous quoi que ce soit à ajouter à cela?

Me Philip Turi: Pas vraiment à propos de la question de la saisie de ces données. J'allais simplement faire écho à ces observations ainsi qu'à celles de la FCEI, en ce sens qu'un grand nombre de mes entreprises membres, en particulier dans les industries automobile et aérospatiale, vendent leurs produits littéralement à un seul client et que de grands fabricants d'équipement d'origine sont présents ici, au Canada. Les chiffres relatifs à l'exportation ne tiennent pas compte de cela. Ces entreprises vendent leurs produits localement. Ils en vendent d'assez grandes quantités à un seul client. Par conséquent, il faudrait encore une fois mettre au point, à l'aide de l'ARC, un mécanisme pour suivre l'évolution de ces données.

Mme Chrystia Freeland: Ces réponses sont vraiment fascinantes, car les autres enjeux au sujet desquels je tenais à vous interroger sont les chaînes de valeur et les chaînes d'approvisionnement mondiales, ainsi que la mesure dans laquelle nous parvenons à nous intégrer dans ces chaînes.

L'Institut de recherche en politiques publiques a publié un nouveau rapport très intéressant qui traite précisément des entreprises canadiennes participant à des chaînes de valeur mondiales, un rapport que vous avez vu, j'en suis sûre, et qui a été rédigé par Ari Van Assche. L'article en question fait valoir le fait que nos efforts pour promouvoir le genre d'exportations qui s'intègrent dans des chaînes de valeur mondiales ne sont pas suffisamment fructueux, et que nous devons, lorsque nous songeons aux politiques d'exportation, comprendre vraiment qu'il ne s'agit pas seulement de fabriquer des produits ici et de les expédier ailleurs, mais aussi de nous intégrer dans les chaînes d'approvisionnement mondiales.

La question que je pose à toute personne à qui cette question tient à coeur est la suivante: êtes-vous d'accord, et que pouvons-nous faire à cet égard?

● (1620)

Mme Joy Nott: Je vais répondre à cette question. Cela étant dit, je sais que cette question nous tient à coeur à tous les trois. Je suis convaincue que nous avons tous déjà parlé de cela.

Pour répondre à votre question précise, ce qui doit être fait, à mon avis, et, si vous examinez mes observations écrites, que je n'ai pas eu la chance de lire complètement... De bien des façons, un grand nombre de nos programmes soulignent particulièrement les exportations. Je crois que nous devons modifier notre jargon et commencer à parler des chaînes d'approvisionnement, qui comprennent tant les importations que les exportations. Voilà l'enjeu mondial du XXI^e siècle.

Le président: Excellent.

Nous allons maintenant passer à M. Cannan.

Vous disposez de sept minutes, monsieur.

L'hon. Ron Cannan (Kelowna—Lake Country, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci, mesdames et messieurs, de votre présence. C'est toujours un plaisir de vous accueillir.

Je souhaitais simplement revenir sur les observations de mon collègue, M. Gill.

Joy, au cours de votre déclaration préliminaire, vous avez indiqué que nous avions besoin d'une plus grande sensibilisation et d'une meilleure promotion. Je tiens simplement à clarifier vos propos. Pensez-vous que le gouvernement du Canada devrait investir des fonds supplémentaires dans la promotion des programmes et des services offerts?

Mme Joy Nott: Pour être honnête, votre question est tendancieuse.

Est-ce que je crois qu'ils devraient investir des fonds supplémentaires? Je n'ai pas vraiment d'opinion à ce sujet. Est-ce que je pense qu'au moins une partie de l'argent affecté à ces programmes devrait être détourné à cet effet? Oui.

L'hon. Ron Cannan: Si vous étiez responsable du programme de promotion de ces services, comment vous y prendriez-vous pour qu'il établisse plus efficacement la communication avec vos membres?

Je pose la même question à Mme Pohlmann de la FCEI. Que pensez-vous...?

Vous pouvez répondre toutes les deux à la question, car vous avez toutes deux des membres qui, selon vos dires, ne sont pas au courant du programme. Comment pouvons-nous prendre plus efficacement contact avec vos membres?

Mme Corinne Pohlmann: Je répète qu'à mon avis, il vous faut travailler avec des organisations comme les nôtres. Je soutiens que nous serions, nous-mêmes, en mesure de faire un meilleur travail à cet égard, mais, selon moi, il suffit aussi de faire paraître des annonces dans des publications commerciales ayant trait à des secteurs plus enclins à commercer. L'industrie manufacturière fait bien entendu partie de ces secteurs. De plus, le secteur des ressources naturelles et même celui de l'agriculture sont grandement axés sur le commerce, et il est important de s'assurer qu'ils ont conscience de l'existence de services de ce genre.

Le message est également important. Les responsables du programme doivent faire savoir aux entrepreneurs qu'ils sont disposés et capables d'aider même les plus petites entreprises. Même si elles n'emploient que trois travailleurs et que leurs exportations se chiffrent à moins de 100 000 \$ par année, le programme peut les aider. Je pense que c'est le message sur lequel il est nécessaire et important d'insister.

L'hon. Ron Cannan: Le ministre Fast et d'autres ministres s'emploient à offrir aux PME de l'ensemble du pays des ateliers Le monde à votre portée. Je pense que, vendredi dernier, une 2 000^e personne a participé à l'un de ces ateliers. Par conséquent, le ministre a obtenu une bonne participation. Est-ce que vos membres ont formulé des commentaires, quels qu'ils soient, à propos du programme Le monde à votre portée? Êtes-vous au courant de ces ateliers, et informez-vous vos membres de leur existence?

Mme Corinne Pohlmann: C'est une question qui relève des MEC. Par conséquent, nous n'y avons pas nécessairement participé.

Dans la mesure du possible, nous avons certainement fait savoir à nos membres que des ateliers de ce genre existaient, mais nous n'y avons pas pris une part active. De plus, je ne connais aucun membre ayant participé activement aux ateliers Le monde à votre portée en tant que tels.

Mme Joy Nott: Je fais écho à ces propos. J'ai discuté des ateliers Le monde à votre portée, et des gens m'ont posé des questions à leur sujet. Je peux vous dire qu'il y a quelques dirigeants de PME que j'ai littéralement poussés à participer à ces ateliers, en vain. Lorsqu'on leur en parle, ils répondent invariablement que leur entreprise n'est pas encore assez grande.

Une entreprise qui me vient particulièrement à l'esprit est établie juste à l'extérieur de Kitchener-Waterloo, et elle emploie 65 travailleurs. Elle ne croît pas extrêmement vite, mais elle progresse tout de même à un rythme convenable. Et pourtant, si vous parlez à son propriétaire, il vous dira que les activités de l'entreprise ne sont pas encore assez importantes pour qu'elle puisse commercer à l'échelle mondiale, ce qui représente...

Une voix: Un défi.

Mme Joy Nott: C'est effectivement un défi.

Pour compléter ma pensée au sujet des paroles de Corinne, je dirais qu'à mon avis, une partie du message, même dans certains cas de réussite... On a tendance à entendre parler de Bombardier et des entreprises de ce genre. Ces grandes nouvelles accaparent l'attention des médias. Par conséquent, je crois que nous devons commencer à

défendre les intérêts des entreprises dont personne n'a jamais entendu parler, et à mentionner leurs petites réussites, aussi modestes soient-elles, afin que les gens puissent s'identifier aux entrepreneurs responsables de ces réussites.

L'hon. Ron Cannan: Je me souviens d'avoir été moi-même propriétaire d'une petite entreprise. On veut envisager d'exporter ses produits, mais quelle est la première étape à franchir?

Mme Joy Nott: Oui, c'est très risqué.

L'hon. Ron Cannan: Où est la zone de confort, n'est-ce pas?

Les États-Unis sont notre plus important allié, et ils continueront de l'être, mais, une fois que l'on dépasse ce marché, quels sont tous les autres obstacles à surmonter? J'ai parlé à un électeur ce matin, et il m'a dit la même chose. Ces entrepreneurs souhaitent être plus à l'aise sur le marché canadien avant d'élargir leurs activités. D'autres entrepreneurs n'étaient pas conscients du potentiel. Par conséquent, en communiquant avec le Service des délégués commerciaux... comme vous l'avez indiqué, ces délégués sont formidables. Une fois qu'ils sont entrés en contact...

J'ignore si c'est lié à la mentalité canadienne, mais, en général, nous sommes moins disposés à prendre des risques que les autres entrepreneurs. Je dois dire qu'il n'y a rien de mal à être prudent ou conservateur, mais...

• (1625)

M. Don Davies: J'invoque le Règlement, monsieur le président.

Des voix: Oh, oh!

L'hon. Ron Cannan: ... par contre, nous devons continuer d'inciter les Canadiens à franchir cette étape.

J'ai juste une dernière question à vous poser, madame Pohlmann. Selon vos chiffres et le graphique, environ 60 % des 109 000 entreprises exportent?

Mme Corinne Pohlmann: Non, de 20 à 21 % d'entre elles font des exportations.

L'hon. Ron Cannan: Je devrais dire qu'elles importent ou exportent.

Mme Corinne Pohlmann: Oui, si l'on tient compte des importations et des exportations, de 60 à 62 % d'entre elles s'adonnent à l'une ou l'autre des activités.

L'hon. Ron Cannan: Vous avez dit que les autres 40 % comptaient 16 000 possibilités.

Mme Corinne Pohlmann: Oui, 16 000 entreprises qui pourraient faire des exportations.

L'hon. Ron Cannan: Monsieur Turi, je vous remercie de votre exposé. Vous avez parlé de fonds à l'intention des PME et d'un meilleur accès.

Pouvez-vous nous en dire davantage sur les fonds dont vous parlez et sur la façon dont vous verriez le financement... Vous avez mentionné que le gouvernement pourrait les administrer ou confier la tâche à une quelconque autre organisation.

Me Philip Turi: Pour faire avancer les choses, nous devons penser de façon stratégique. Il faut adapter le financement aux projets et aux entreprises qui ont le plus grand potentiel d'exportation, peu importe leur taille, car un peu de financement peut aider grandement certaines entreprises.

Pour ce qui est du modèle approprié, je peux vous dire que mon équipe s'est adressée au programme Opportunités mondiales pour les associations, qui est un fonds fédéral pour les associations nationales. Ce financement est destiné aux PME qui sont membres de notre association en vue de les aider à participer à des missions commerciales à l'étranger. Les entreprises reçoivent habituellement entre 1 500 et 2 000 \$ pour pouvoir se rendre à l'étranger et prendre part à ces missions. Ces fonds permettent de défrayer certains des coûts, mais il ne servent pas vraiment à faire avancer les choses.

Pour un grand nombre des entreprises qui voyagent avec nous, il s'agit parfois d'un premier contact avec un marché. Cela leur permet d'établir certains rapports, qui donnent lieu à une pénétration durable du marché. D'autres entreprises ont participé à une mission qui n'a finalement pas donné grand-chose.

Le problème, c'est que, si c'est le gouvernement qui gère cela, les coûts d'administration pourraient être importants, et nous voulons que le plus d'argent possible soit attribué directement aux entreprises, dans le cas de celles bien entendu qui répondent à certains critères, qui ont un fort potentiel d'exportation et qui sont en mesure de mener les projets pendant un certain temps.

C'est ce qui nous préoccupe à propos de la gestion assurée par le gouvernement. C'est pourquoi nous avons proposé que cette responsabilité soit assumée par une entité quelconque, qu'il s'agisse d'un organisme du gouvernement ou d'une autre organisation. Autrement, il faudra passablement de ressources pour gérer cela.

Nous avons plus de huit ans d'expérience avec le programme SMART, et je peux vous dire qu'il nous a fallu passablement de temps pour le mettre en oeuvre. Il faut que l'accès au financement soit facile et efficace pour les entreprises. Comme nous l'avons dit plus tôt, les entreprises ne devraient pas avoir à embaucher un consultant pour préparer leur demande de financement. Elles devraient être en mesure de le faire elles-mêmes. Si elles ont besoin d'aide, il n'y a pas de problème, mais si les compagnies doivent embaucher quelqu'un pour préparer leur demande, personne ne présentera de demande.

L'hon. Ron Cannan: Disons qu'il faut trouver la bonne façon de gérer tout cela.

Le président: Madame Liu.

Mme Laurin Liu (Rivière-des-Mille-Îles, NPD): J'aimerais m'adresser d'abord à M. Turi et lui poser une question qui est liée indirectement à l'exportation. J'aimerais lui poser une question concernant la R-D dans le secteur manufacturier, car Statistique Canada a publié récemment des données sur le secteur manufacturier.

Nous avons appris qu'entre 2011 et 2015, les dépenses en R-D par les entreprises manufacturières ont diminué de 13,5 %, passant de 7,4 milliards de dollars à 6,4 milliards de dollars. Nous constatons que le Canada a perdu du terrain par rapport à d'autres pays pour ce qui est des investissements en R-D dans le secteur manufacturier.

Est-ce que cela a une incidence sur notre capacité d'exporter?

Me Philip Turi: Oui, tout à fait. Le dernier budget est une bonne nouvelle pour les manufacturiers, car la déduction pour amortissement accéléré leur permettra d'investir davantage dans la machinerie et l'équipement et d'amortir cette dépense sur une certaine période.

Il est difficile d'investir en R-D, particulièrement dans le secteur manufacturier. C'est pourquoi certaines des annonces faites dans le cadre du budget sont d'une importance capitale. Les investissements en R-D doivent aller de pair avec les investissements visant à promouvoir la croissance des exportations.

Pourquoi y a-t-il eu une diminution des investissements en R-D? Les raisons sont nombreuses. Les entreprises doivent augmenter ces investissements. L'accès au capital est un problème. Évidemment, de nombreux sous-secteurs de l'industrie manufacturière sont encore en train de se remettre de la dernière récession, mais je sais que les entreprises vont profiter de certaines des annonces positives qui ont été faites la semaine dernière dans le cadre du budget, ce qui devrait favoriser une hausse des investissements en R-D.

Mme Laurin Liu: C'est bien, il faudra alors attendre pour voir.

Je voudrais également m'adresser à Mme Nott.

Vous avez parlé de l'importance d'une stratégie qui tient compte des importations et pas seulement des exportations. À quoi ressemblerait une telle stratégie? Quels en seraient les principaux aspects?

• (1630)

Mme Joy Nott: Je ne peux pas parler de secteurs en particulier parce que nous avons des membres dans toutes les industries. Je pourrais prendre toute la journée pour donner différents exemples de ce genre de stratégie.

Cela fait presque 35 ans que je travaille dans le milieu du commerce international, et je peux vous dire que lorsque deux représentants d'entreprises négocient une entente — sans la présence de représentants du gouvernement — les deux parties font habituellement des compromis. C'est donnant donnant. Je crois que nous ne nous rendons pas service lorsque nous élaborons une stratégie en matière de commerce international qui est axée uniquement sur les exportations et lorsque nous ne réfléchissons pas à ce que nos partenaires commerciaux souhaitent accomplir en concluant un accord de libre-échange avec nous.

Lorsque nous appuyons les PME avec l'aide du Service des délégués commerciaux, nous ne devrions pas seulement nous contenter de traiter avec les entreprises qui exportent directement; nous devrions essayer de favoriser un dialogue entre les partenaires commerciaux pour qu'ils en arrivent à une entente avantageuse pour chacun d'eux.

Prenons par exemple la Corée et le boeuf. Ce pays est intéressé par notre boeuf. Que cherche-t-il à faire et que vise-t-il dans le marché canadien et comment pouvons-nous faciliter les choses? Nous devrions adopter une attitude différente à l'égard de nos partenaires commerciaux. Plutôt que de nous concentrer exclusivement sur nos exportations, nous devrions discuter avec eux de ce qu'ils souhaitent importer chez nous.

Mme Laurin Liu: Alors, s'agirait-il essentiellement de modifier notre approche?

Mme Joy Nott: C'est un gros changement.

Mme Laurin Liu: C'est une observation très utile.

Je vais maintenant m'adresser à vous, madame Pohlmann, car je sais que vous voudriez ajouter quelque chose à propos de la question que Don a posée au sujet de la circulation des personnes. Je voulais simplement vous donner l'occasion d'intervenir à ce propos.

Mme Corinne Pohlmann: Lorsqu'il est question de la circulation des personnes, on parle beaucoup de la facilité avec laquelle les gens peuvent sortir du Canada et y entrer. Certaines des difficultés auxquelles nos membres sont confrontés en ce qui concerne la circulation des personnes dans le contexte du commerce international concernent les personnes qui viennent au Canada ou qui se rendent dans un autre pays pour effectuer l'entretien d'une pièce d'équipement qui leur appartient.

Certains des problèmes sont davantage liés à la clarté des règles. C'est un élément important. Les entreprises font ce qu'elles ont à faire, mais elles doivent comprendre ce qu'elles doivent faire. Souvent, les règles ne sont pas claires pour ce qui est du type de travailleur, de cadre ou de personne qui se déplace. Il existe toutes sortes de règles différentes, et les choses peuvent devenir très compliquées. Il faut donc que les règles soient claires.

Même le Canada et les États-Unis ont des règles très différentes. Pour une personne qui assure l'entretien, la règle qui s'applique lorsqu'il s'agit d'un Canadien qui se rend aux États-Unis est différente de celle qui s'applique lorsqu'un Américain vient au Canada.

Les entreprises cherchent seulement à assurer la réparation de leur équipement le plus rapidement possible, mais elles doivent comprendre les règles, qui ne sont cependant pas toujours claires. Notre principal objectif a toujours été de faire en sorte que les entreprises comprennent bien les règles à respecter lorsqu'un de leurs employés doit se déplacer. C'est probablement ce qui est le plus important à mes yeux.

Nous pourrions également parler de la nécessité éventuelle de faire venir des travailleurs étrangers temporaires, mais je ne sais pas si c'est le bon moment pour en discuter. Je pense que la mobilité de la main-d'œuvre est un aspect important.

Le président: Je vais devoir vous interrompre et donner la parole à Mme Grewal.

Mme Nina Grewal (Fleetwood—Port Kells, PCC): Je vous remercie, monsieur le président.

Je voudrais d'abord souhaiter la bienvenue à nos témoins et les remercier d'avoir pris le temps de venir nous faire part de leurs points de vue aujourd'hui, malgré leur emploi du temps chargé.

Comme tout le monde ici le sait très bien, le Canada est une nation commerçante où un emploi sur cinq et 60 % du PIB sont liés aux exportations. La prospérité de notre pays s'accroît à mesure que les échanges commerciaux augmentent. Il est par conséquent essentiel que nous prenions des mesures pour éliminer les obstacles au commerce et que nous aidions nos entreprises, qu'elles soient petites ou grandes, à soutenir la concurrence au sein de l'économie mondiale.

Lors de la présentation du dernier budget, le gouvernement a annoncé la création d'un programme de développement des exportations, qui aidera les petites et moyennes entreprises qui souhaitent explorer ou pénétrer de nouveaux marchés d'exportation. Le programme fournira en tout 50 millions de dollars sur cinq ans en assistance financière directe aux entrepreneurs cherchant à exporter pour la première fois vers des marchés émergents. L'idée est de financer des activités comme la participation à des foires et à des missions commerciales ainsi qu'à des études de marché.

À votre avis, est-ce qu'un tel programme aidera les entrepreneurs canadiens à gérer les coûts associés à l'expansion internationale? Pourriez-vous dire quelques mots à ce sujet?

Me Philip Turi: Je voulais parler des ateliers « Le monde à votre portée », car c'est directement lié à votre question, et je voulais mentionner qu'on a posé une question à propos de la participation à ces ateliers. Il y a deux groupes d'experts. Le premier est composé de représentants des organismes gouvernementaux. Le deuxième est composé de PDG d'entreprises dont personne n'a entendu parler en général, à moins de très bien connaître certains secteurs. Ces PDG expliquent comment ils sont parvenus à exporter, comment ils ont fait le premier pas, à quelles difficultés ils ont été confrontés et comment ils ont travaillé avec des représentants du gouvernement local pour réussir à exporter. Il faut garder cela en tête.

La question que posent le plus souvent les PME est « Quel est le coût? ». Les PME qui envisagent de pénétrer un marché étranger — et je ne parle pas des États-Unis parce que c'est habituellement le marché étranger par défaut — se demandent souvent de quelle somme elles auront besoin pour parvenir à pénétrer ce marché. Tout dépend de l'entreprise. La stratégie en matière d'exportation de certaines entreprises consiste à travailler avec des agents des ventes et des distributeurs. Dans ce cas-là, lorsqu'elles se rendent dans un marché pour la première fois, elles établissent un contact avec des distributeurs. Ce que ces compagnies auront à dépenser dépend largement de leur relation d'affaires avec les distributeurs dans le marché.

Pour d'autres entreprises qui envisagent d'exporter pour approvisionner une multinationale ou s'intégrer à une importante chaîne d'approvisionnement, les dépenses seront très différentes. C'est pourquoi, dans mon exposé, j'ai dit, à propos du financement, que le premier critère devrait être le potentiel élevé d'exportation. Il faut notamment des projets qui comportent l'intégration à une chaîne d'approvisionnement ou à une chaîne de valeur mondiale. Selon moi, et selon notre association, il faudrait accorder autant de valeur à ce genre de projet qu'aux projets qui consistent simplement à vendre un produit dans un marché étranger.

Les dépenses varient donc en fonction de l'entreprise. C'est pourquoi, à mon avis, il faudrait fixer un plafond pour le financement. Les entreprises devraient être disposées à fournir un financement de contrepartie. Si elles sont sérieuses à propos de ce type d'investissement, elles doivent alors penser à la façon de gérer cela et fournir un financement de contrepartie.

● (1635)

Mme Nina Grewal: Bien entendu, les États-Unis demeurent un marché important pour les exportateurs canadiens, mais, comme nous l'avons constaté en écoutant d'autres témoins qui ont comparu devant le comité, nos entreprises font également des affaires partout dans le monde. Selon votre expérience, où se trouvent les débouchés? Est-ce qu'ils se trouvent en Chine, en Inde, au Brésil ou dans d'autres marchés émergents équivalents ou plus grands?

Mme Corinne Pohlmann: Je peux répondre à cette question.

Je ne voudrais pas qu'on crée un programme qui limite les marchés d'exportation parce que pour une raison quelconque on a ciblé certains marchés. Le marché américain est peut-être celui qu'on exclut parce que c'est un peu plus facile, mais certaines très petites entreprises commencent par ce marché.

J'hésite à nommer un pays en particulier parce qu'on ne sait jamais ce qui peut arriver, comme Joy l'a souligné. Il fut un temps où la Russie était censée être un marché intéressant, mais maintenant ce n'est pas un pays où on souhaite exporter. Les choses peuvent changer grandement, et je pense qu'il appartient aux entreprises de déterminer pourquoi elles pensent qu'elles pourront vendre leurs produits dans un marché en particulier. Je ne suis pas entièrement d'accord avec Philip, mais je conviens que les entreprises doivent démontrer qu'elles sont disposées à investir de l'argent et du temps dans le marché qu'elles visent afin de réussir. C'est notamment ce qu'elles doivent démontrer dans leur demande.

Le président: D'accord, je vais devoir vous arrêter là. Malheureusement, votre temps est écoulé.

La parole est maintenant à M. Morin pour cinq minutes.

[Français]

M. Marc-André Morin (Laurentides—Labelle, NPD): Merci, monsieur le président.

Madame Pohlmann, vous avez parlé de la méconnaissance qu'ont les entreprises des programmes qui sont à leur disposition. J'aurais envie d'inverser la proposition. Croyez-vous que les agences et le gouvernement connaissent suffisamment les entreprises pour être capables de mettre sur pied des programmes adaptés aux besoins de celles-ci et qui répondraient mieux à leurs exigences?

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Je crois que vous avez raison. Ils ne comprennent pas nécessairement, et je pense qu'un grand nombre de ces organismes sont conçus pour un type d'exportation traditionnel, c'est-à-dire l'exportation d'un produit ou d'un bien à partir du Canada. Il s'agit d'exportation vers un autre pays. Je pense que le gouvernement, les délégués commerciaux, etc., ne comprennent pas l'idée de s'intégrer à une chaîne d'approvisionnement et ils ne savent pas comment aider les entreprises qui sont établies ici, mais qui ont des activités de fabrication ailleurs. Ils ne savent pas comment appuyer ce genre d'entreprises, qui occupent une place de plus en plus importante au sein de l'économie. Je crois qu'il y a un peu un fossé entre ce que les organismes du gouvernement offrent et ce qui se passe dans les marchés.

• (1640)

[Français]

M. Marc-André Morin: On parle des programmes d'aide à l'exportation, mais des politiques gouvernementales peuvent aussi constituer des obstacles. Par exemple, il y a, dans mon comté, une compagnie spécialisée dans l'adaptation de jeux vidéo, Enzyme. J'ai été témoin d'un problème. Cette compagnie adaptait des jeux vidéo en langue kazakhe et elle avait besoin de spécialistes de programmation en kazakh. Si on annonce un tel poste au centre d'emploi de Saint-Jérôme, on ne trouvera personne, c'est certain.

N'y aurait-il pas lieu d'avoir une politique de développement de l'industrie au Canada, afin de permettre aux entreprises d'émerger et de survivre localement? Par après, on pourra penser à l'exportation.

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Vous parlez de tous les autres enjeux sur lesquels nous travaillons au sein de notre organisation.

Nos propres données nous indiquent qu'une grande partie des entreprises — environ 60 % — n'exporteront jamais parce que leur produit n'est tout simplement pas exportable. Cependant, il est certain que les obstacles causés par les lourdeurs administratives au Canada et par les normes... Même au Canada, il peut exister des

obstacles au commerce interprovincial. Je crois qu'il faut éliminer ces obstacles aussi rapidement que nous essayons d'éliminer les entraves au commerce international.

Pour la première fois, le travail qui s'effectue sur le plan du commerce international est prometteur. Il ne devrait pas être plus facile de faire des affaires aux États-Unis que dans une autre région du Canada. Nous devrions encourager les entreprises à commercer davantage au Canada, mais certaines d'entre elles ont de la difficulté à le faire parce qu'il existe encore trop d'obstacles.

[Français]

M. Marc-André Morin: Monsieur Turi, il me semble que vous avez parlé un peu plus tôt des critères, notamment que le potentiel d'exportation d'une entreprise devrait être considéré de façon plus sérieuse.

J'ai un autre exemple à donner. Une entreprise de mon comté a réussi à développer un produit ayant un grand potentiel. Ses représentants ont établi un contact avec des acheteurs du Japon, mais la compagnie a besoin de 15 millions de dollars d'inventaire en garantie pour s'assurer des commandes avec les entreprises japonaises. C'est un beau projet qui a un potentiel illimité. Toutefois, si l'entreprise n'obtient pas d'aide, elle va se contenter de vendre sur le marché local, et elle exportera peut-être aux États-Unis, et ce sera tout.

Que pourrait-on faire dans des cas semblables?

[Traduction]

Le président: Vous allez devoir répondre très rapidement.

Vos cinq minutes sont écoulées, monsieur Morin.

Si quelqu'un veut répondre en cinq secondes, il peut le faire.

Me Philip Turi: En cinq secondes, je vous dirais que ce que j'ai dit plus tôt est un exemple parfait.

Une entreprise dans cette situation devrait pouvoir présenter une demande à ce fonds. Il s'agit d'une entreprise dont le potentiel d'exportation est élevé. Dans le cadre de son projet, elle devrait pouvoir bénéficier des services offerts par le gouvernement. Si ce n'est pas le cas, il faudrait envisager cela. Il s'agit d'un projet parfait dans lequel ce fonds pourrait investir.

Je suis d'accord avec vous.

Le président: C'est tout à fait juste.

La parole est maintenant à M. Allen pour cinq minutes.

M. Mike Allen (Tobique—Mactaquac, PCC): Je vous remercie, monsieur le président.

Je remercie nos témoins d'être ici aujourd'hui.

Monsieur Turi, j'aimerais m'adresser d'abord à vous. Je voudrais revenir sur la déduction pour amortissement accéléré dont vous avez parlé tout à l'heure.

Lors des consultations prébudgétaires du Comité des finances, on a fait valoir notamment que cette déduction visait à mettre le Canada sur un pied d'égalité, car les entreprises prennent des décisions en matière d'investissement — ici ou bien aux États-Unis ou au Mexique — en fonction de différentes politiques fiscales. C'est ce qu'elles peuvent faire.

Croyez-vous que cette période de 10 ans, qui est beaucoup plus longue que la période de deux ans qui s'appliquait dans le passé, aura des répercussions positives? Est-ce qu'on pourrait voir davantage d'investissements de la part des entreprises en vue d'exporter, par rapport à ce qu'on observe aux États-Unis et au Mexique, et d'importer.

• (1645)

Me Philip Turi: D'après ce qu'on remarque déjà chez nos membres, je dirais que oui.

Cette période de 10 ans, c'est pratiquement une période indéfinie. En raison de ce changement, les entreprises — si on se fie à ce que disent nos membres — envisagent d'investir dans de la machinerie et de l'équipement neufs pour faire exactement ce que vise ce programme gouvernemental. Cette période est parfaite. Selon notre point de vue, c'est indéfini.

M. Mike Allen: Madame Pohlmann, en ce qui concerne les graphiques qui présentent le pourcentage des entreprises qui ont exporté ou non et les marchés avec lesquels les entreprises ont fait du commerce dans les trois dernières années, pouvez-vous me dire si ce sont les seules données de ce genre que vous possédez ou si vous avez des données pour des années précédentes qui pourraient nous permettre de voir l'évolution?

Mme Corinne Pohlmann: Oui, nous en avons. Je ne dirais pas que nous en avons qui remontent à de nombreuses années, mais nous en avons pour 2008-2009, et je peux vous dire qu'elles correspondent sensiblement aux données de 2012. Nous sommes également en train de recueillir des données qui seront similaires à celles-là, alors nous pourrions voir dans les prochains mois s'il y a eu des changements au cours de l'année dernière.

M. Mike Allen: D'accord, je vous remercie.

Au sujet du programme de développement des exportations, vous avez parlé notamment de mettre l'accent seulement sur les PME en fixant des limites quant à la taille des entreprises qui peuvent avoir accès au programme. On a dit plus tôt que nous devrions cibler les entreprises qui ont un potentiel d'exportation. Je ne suis pas certain que ces deux principes concordent. Je suis certain que vous espérez tous atteindre le même objectif, mais je ne suis pas convaincu qu'il s'agit de deux principes semblables.

Si nous voulons cibler des entreprises, existe-t-il un cadre qui nous permet de le faire de façon à atteindre les objectifs que nous visons?

Mme Corinne Pohlmann: Je sais que c'est difficile, mais il est censé mettre l'accent sur les petites et moyennes entreprises.

Ce qui arrive souvent, pour ce genre de programme de financement, c'est que les grandes entreprises ont tendance à en tirer parti plus vite parce qu'elles ont les ressources et le personnel nécessaires pour faire la recherche et tout le travail voulu en amont, puis après il n'y a plus de fonds. Bien souvent, quand la petite entreprise type prend connaissance du programme, il n'y a déjà plus d'argent. C'est pourquoi je pense qu'il faut mettre l'accent sur les petits exportateurs ou sur ceux qui ont l'intention d'exporter leurs produits mais qui ont cette limite, parce qu'il y a d'autres façons dont les grandes entreprises peuvent avoir accès à des fonds du genre. Il faut vraiment mettre l'accent sur les plus petites. S'il faut continuer de hausser le seuil, je crains qu'en bout de ligne, seules les moyennes entreprises arrivent à y avoir accès.

M. Mike Allen: Merci.

Mme Joy Nott: Je suis d'accord, et j'ajouterais qu'il y a beaucoup d'autres programmes, donc il faut que le seuil cible vraiment les petites à moyennes entreprises.

J'ajouterais aussi que bien souvent, ce genre de programme exige des prérequis, en ce sens qu'il faut montrer un certain bilan d'exportation. Il faut donc avoir déjà un historique d'exportation. Je recommanderais d'éliminer cette exigence dans ce cas-ci. Il y a parfois des gens qui... je pense donc que c'est la chose vraiment importante.

Me Philip Turi: J'ajouterais que la taille de l'entreprise, le genre de critère qui pouvait jusqu'ici en empêcher beaucoup de tirer parti d'un programme public, ne devrait pas l'empêcher de présenter une demande. Je pense que le critère numéro un, l'objectif numéro un devrait être le projet lui-même ou l'entreprise et l'ampleur du potentiel.

L'exemple donné par le député était parfait, celui d'une petite entreprise qui n'aurait probablement pas pu présenter une demande pour d'autres programmes gouvernementaux ni même peut-être utiliser les services des organismes gouvernementaux existants, mais qui aurait néanmoins un projet. Elle a un acheteur à l'étranger, un énorme potentiel d'exportation, donc il ne faudrait pas l'empêcher d'avoir accès à du financement simplement en raison de sa taille ou de son manque d'expérience.

M. Mike Allen: J'ai une dernière question à poser rapidement sur le Service des délégués commerciaux. Certains ont dit que c'était presque comme si on passait d'un programme d'un mille de large et d'un pouce de profondeur à totalement autre chose. Si nous dépensons pour élargir l'accès à ce programme, comment allez-vous continuer d'assurer l'efficacité des délégués commerciaux et veiller à ce qu'ils reçoivent la formation nécessaire pour être à jour? Il me semble que cela va être difficile.

Mme Corinne Pohlmann: Je ne propose pas que tout le monde fasse tout; je pense qu'il doit y avoir des spécialistes. On peut renvoyer des gens à des spécialistes dans divers secteurs, mais il faut d'abord un premier palier pour gérer les questions plus générales que les petites entreprises vont avoir.

Le président: Merci.

Nous allons maintenant donner la parole à M. Adler pour cinq minutes, s'il vous plaît.

M. Mark Adler (York-Centre, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je suis seulement ici aujourd'hui, mais j'ai quelques questions à poser.

Le Canada accueille de très grandes diasporas. Auriez-vous l'obligeance de nous parler des avantages que procurent ces diasporas au Canada lorsqu'il essaie de percer les marchés où les gens parlent leurs langues?

• (1650)

Mme Joy Nott: Je suis absolument d'accord avec vous. Dans la partie de mon exposé pour laquelle j'ai malheureusement manqué un peu de temps, je n'ai pas eu la chance d'expliquer que c'est ce que je voulais dire par canadienité. Les Canadiens sont réputés pour être amicaux, honnêtes, faciles d'approche, etc. Nous sommes également réputés pour notre véritable multiculturalisme, et je pense que c'est un énorme avantage sur lequel nous devons miser encore plus dans notre stratégie de façon consciente quand nous voulons cibler certains marchés.

Je sais qu'il y a beaucoup de nos membres qui disent avoir des postes vacants qu'ils seraient ravis de combler, mais qu'il n'y a pas concordance entre leurs besoins et les travailleurs disponibles sur le marché. Je pense que si on veut percer des marchés d'exportation en particulier, il faut penser aux groupes présents au Canada qui viennent de ces endroits, et qu'il faut faire l'effort conscient de relier les points.

M. Mark Adler: Qui devrait en assumer la responsabilité, à votre avis?

Mme Joy Nott: Je pense que pour l'essentiel, c'est de la responsabilité de l'employeur. Beaucoup de programmes gouvernementaux pour les petites et moyennes entreprises, comme le Service des délégués commerciaux, s'appuient sur des experts de différents domaines qui peuvent donner des idées à beaucoup de personnes. Les entreprises reçoivent des conseils généraux grâce à ce genre de programme. Le programme Préparons-nous à la mondialisation et le Service des délégués commerciaux donnent de bonnes idées aux entrepreneurs, à ceux et celles qui veulent prendre de l'expansion hors du Canada.

M. Mark Adler: Nous avons des conditions économiques très favorables au Canada. Nous figurons au premier rang du G7 pour la création d'emplois. Nous avons le taux fédéral d'imposition des sociétés le plus bas. Il y a une forte hausse des investissements au Canada grâce à cela. Nous semblons jouir des avantages concurrentiels qui viennent avec ces mesures.

Ma question s'adresse à Mme Nott, mais M. Turi pourra aussi y répondre. Les conditions d'investissement sont-elles favorables ici, en ce sens que plutôt que d'importer, les entreprises se tournent vers le Canada. Les entrepreneurs se disent: « Vous savez quoi? Je veux m'établir au Canada et investir au Canada, compte tenu des conditions économiques et commerciales favorables qu'on y trouve. » À quel point est-ce que cela correspond à ce que vous observez?

Mme Joy Nott: Je peux commencer.

J'ai probablement répondu à plus de questions sur ce sujet précis au cours de la dernière année qu'au cours des 10 précédentes. Bien honnêtement, c'est attribuable à l'AECG et au fait que le Canada va avoir des accords de libre-échange avec les États-Unis et le Mexique, parce que nous avons su agir avant les autres. On me pose beaucoup ce genre de questions, parce que les gens voient le Canada comme un point d'entrée stratégique en Amérique du Nord.

Ensuite, ils sont un peu découragés par les cadres réglementaires qui entourent tout cela. Je n'entrerai pas dans les détails. Je vous dirai seulement que je pense à une chose comme un genre d'ombudsman à l'exportation, parce qu'il y a d'autres organismes gouvernementaux qui adoptent parfois des règlements qui créent des obstacles à l'exportation. Ce n'est pas leur intention. Ces règlements sont parfois nécessaires, mais il faut avoir bien conscience de cette réalité.

M. Mark Adler: Très bien.

Monsieur Turi, voulez-vous dire quelque chose?

Me Philip Turi: Je suis d'accord avec les observations de Joy. Mon équipe reçoit pratiquement un courriel par jour de nos partenaires de l'UE, en particulier, sur l'envoi de missions au Canada. Il y en a une du Portugal en ce moment. Il y en aura d'autres de la Lituanie, des Pays-Bas et de la Pologne. L'investissement au Canada suscite beaucoup d'intérêt. Je pense que l'idée a fait son chemin. Je dirais cependant comme Joy que les gens s'inquiètent aussi beaucoup des règlements et des normes en vigueur, de la façon

de faire venir du personnel, de trouver des locaux, de ce genre de questions normales.

M. Mark Adler: Le mot se répand dans le monde sur les conditions économiques et commerciales de base au Canada; le milieu mondial des affaires en prend connaissance et se tourne sérieusement vers le Canada, n'est-ce pas?

Me Philip Turi: Oui, je suis d'accord.

M. Mark Adler: Très bien, merci.

Vous avez 10 secondes...

Le président: Quatre.

M. Mark Adler: ... les accélérateurs en technologie au Canada: commentaire.

Des voix: Oh, oh!

M. Mark Adler: Est-ce que quelqu'un peut me répondre rapidement?

• (1655)

Me Philip Turi: Parlez-vous du programme des accélérateurs administré par le MAECD et de son...

M. Mark Adler: Oui.

Me Philip Turi: Je sais qu'il suscite de l'intérêt, particulièrement chez les entreprises en démarrage du Canada. Il n'est pas toujours facile pour ces entreprises de trouver le capital nécessaire pour leur financement, mais la présence d'entreprises en démarrage sur les marchés étrangers est une bonne chose, particulièrement dans le secteur de la technologie. Il suscite beaucoup d'intérêt, donc nous n'avons pas fini d'en entendre parler.

Le président: Merci. Je vais vous arrêter là.

Monsieur Davies, vous avez sept minutes.

M. Don Davies: Merci, monsieur le président.

J'ai entendu, non seulement de la bouche des témoins qui sont ici aujourd'hui, mais d'autres avant eux aussi, que ce ne sont évidemment pas toutes les PME qui peuvent exporter leurs produits. Il y a la petite épicerie du coin et le dentiste local. Il y a beaucoup de PME qui ne pourront pas importer ni exporter quoi que ce soit. Vous avez mentionné l'importance d'essayer d'attirer les entreprises ou les secteurs qui ont le plus de chances de succès à l'échelle internationale. Pouvez-vous nommer les secteurs de l'économie, de manière générale, qui vous sembleraient parmi les plus susceptibles de connaître du succès commercial à l'échelle internationale?

Mme Corinne Pohlmann: Je peux probablement répondre à cette question parce que nous pouvons brosser un portrait de la situation par secteur à l'aide des sondages que nous effectuons. J'ai des données à ce sujet. Depuis longtemps, le secteur manufacturier est de loin celui où il y a le plus de possibilités, et nous représentons entre 12 000 et 13 000 petites sociétés manufacturières indépendantes au Canada. Même dans ce groupe, de 10 à 15 % seulement des entreprises exportent leurs produits. Je pense qu'il y a là d'énormes débouchés.

Je pense que l'agriculture est un autre secteur prometteur au Canada. Nos règles en matière de salubrité alimentaire sont considérées parmi les meilleures au monde, malgré quelques incidents survenus ces dernières années, mais nous avons une bonne réputation. Je pense que c'est là un autre domaine où il y a beaucoup de possibilités.

Même les ressources naturelles... Nous vivons une passe assez difficile en ce moment, mais nous avons de l'expertise dans ce secteur, même chez les petites entreprises, que nous pourrions sûrement exporter vers d'autres pays.

Ce sont les trois secteurs dans lesquels la proportion de nos membres participant déjà au commerce international est la plus élevée. Les entreprises visées demeurent une minorité. Ce sont les trois secteurs que je vous nommerais.

M. Don Davies: Je vais dévier un peu du sujet pour parler du commerce électronique. Notre comité a reçu un témoin de Google la semaine dernière. J'ai l'impression que l'importance croissante d'Internet, de la connectivité et du commerce électronique dans le monde présente un potentiel explosif pour les PME. Ce n'est pas comme dans les années 1970, où il fallait envoyer des vendeurs en Chine puis qu'ils revenaient tous les trois mois pour recevoir de la formation pendant deux mois. J'ai l'impression que jamais auparavant nous n'avons eu autant la possibilité d'explorer les marchés et de les étudier, de commercialiser nos propres biens et services, de commercer et de faire des affaires par voie électronique, en fin de compte.

Je me demande seulement s'il y a des politiques gouvernementales qui pourraient selon vous aider vos membres à avoir davantage accès à cette technologie pour assurer la circulation de leurs biens et services?

Mme Corinne Pohlmann: Je suis d'accord. Je pense que le commerce international présente un énorme potentiel. C'est en fait par Internet que les toutes petites entreprises peuvent finalement obtenir de la visibilité dans d'autres marchés, pour que quelqu'un, quelque part ailleurs, manifeste son intérêt. C'est souvent de cette manière que ce genre de conversation commence.

Pour ce qui est des politiques gouvernementales, je ne sais pas trop. Je pense qu'il y a d'autres barrières liées aux coûts de démarrage et qui ne sont pas toujours technologiques. Le problème peut parfois venir de la difficulté à accepter des paiements, par exemple. Cela peut coûter très cher. Ce peut être un obstacle pour certaines petites entreprises. Il faut aussi comprendre quelles sont les règles quand on vend un produit dans un autre pays; c'est le genre d'obstacle auquel je pense que les petites entreprises vont être confrontées pour le commerce électronique, mais je suis d'accord, je pense qu'il y a là un énorme potentiel.

J'hésite à dire s'il y a une politique gouvernementale qui pourrait les aider. Je pense surtout que les nouvelles technologies peuvent les aider à s'ouvrir et à réduire leurs coûts pour obtenir de la visibilité dans le monde. Il n'y aura rien de plus utile pour faire accepter davantage le commerce électronique.

M. Don Davies: Il me reste quatre minutes. J'ai une dernière question à poser, puis je vais vous donner chacun une minute pour y répondre.

J'aimerais que nous parlions un peu de la technologie verte. J'entends beaucoup parler de la technologie verte; les services environnementaux constitueraient un secteur de plusieurs, de beaucoup de milliards de dollars pour beaucoup de pays dans les années à venir. Avez-vous des idées de façons dont nous pouvons stimuler nos PME pour qu'elles tirent profit de la technologie verte, du commerce de biens et services environnementaux dans le monde? Avez-vous des membres qui percent dans ce domaine? Pourrait-on leur offrir des incitatifs fiscaux pour les aider? Y a-t-il des programmes qui...

● (1700)

Mme Joy Nott: Je vais commencer.

Il y a une chose qui est arrivée il y a environ six ou huit mois, soit l'accord sur les biens environnementaux, qui fait l'objet de négociations à l'échelle internationale. Le Canada y participe et suit la situation de près. Ce programme vise essentiellement à réduire les droits de douane et les autres obstacles au commerce habituels pour favoriser les biens écologiques, des biens qu'on qualifie généralement de « verts », pour qu'on puisse en faire le commerce et les rendre encore plus attrayants. Je sais que quand le MAECD est venu sonder nos membres pour connaître leur intérêt à l'égard de ces produits, il était très grand pour certains produits très particuliers. Pour ce qui est des services, compte tenu du fait que nous ne faisons habituellement pas affaire avec des entreprises qui vendent des services et donc que je devrais vous diriger vers Corinne à ce sujet, il y avait aussi beaucoup d'intérêt, mais d'une façon très canadienne, c'est-à-dire la plupart des gens voulaient attendre de voir et qu'il y en ait plus...

Je dirais que tant que nous suivons de près ce qui se passe dans le monde, nous ne pouvons pas vraiment être en arrière des autres pays.

M. Don Davies: Je pense que l'administration Obama travaille à porter les tarifs à zéro pour tous les biens et services écologiques afin de stimuler le secteur. Non seulement est-ce bon pour les affaires, mais c'est bon aussi pour l'environnement.

Pour ma dernière intervention, j'aimerais donner à chacun une minute. Je suis en train de jouer le rôle...

Le président: Il ne vous reste qu'une minute.

M. Don Davies: Il me reste une minute, donc vous avez 15 secondes chacun. Si vous pouviez ne faire qu'une chose, si vous ne pouviez conseiller qu'une chose au gouvernement pour aider les PME à intensifier leurs échanges internationaux, qu'est-ce que ce serait?

Nous allons commencer par vous, monsieur Turi.

Me Philip Turi: Évidemment, il est extrêmement important de continuer d'ouvrir de nos marchés, donc il faut continuer d'investir dans l'ouverture de nouveaux marchés. C'est crucial. Pour ce qui est du financement direct, je reviens à ce que j'ai déjà dit. Ne mettons pas trop d'obstacles, ne créons pas de limites de taille et d'expérience, misons sur le potentiel d'exportation de chaque projet. Il ne faut pas nécessairement créer un fonds gigantesque qui finance des milliers d'entreprises. Je pense que si l'on met l'accent sur les petites entreprises à plus grand impact, plus grand potentiel, on a une meilleure chance d'avancer.

M. Don Davies: Merci.

Madame Nott.

Mme Joy Nott: Je dirais: publicité, publicité et publicité. Non, cela ne veut pas nécessairement dire des gros budgets et des annonces à la télévision. Ce n'est pas ce que je dis. Il y a des choses comme Facebook et Twitter. Il y a toutes sortes de choses qui existent. Il faut faire connaître les services disponibles.

M. Don Davies: Madame Pohlmann.

Le président: Très rapidement...

Mme Corinne Pohlmann: Il faut réduire les obstacles au commerce. En fin de compte, c'est ce qui a le plus d'incidence sur une petite entreprise. Qu'on parle d'un accord de libre-échange ou de l'importation au Canada par l'ASFC, il faut essayer de les réduire autant que possible.

Le président: Monsieur Cannan, vous aviez dit vouloir quelques minutes.

L'hon. Ron Cannan: Oui. Merci.

Vous avez mentionné la technologie verte. J'ai parlé avec un électeur aujourd'hui qui offre des services de clôture en milieu agricole, pour les agriculteurs qui ont besoin de clôtures électriques. Le fait est qu'il n'a pas accès à l'électricité, si bien qu'il utilise des panneaux solaires dans les régions rurales. Il essaie d'appuyer les entreprises canadiennes autant que possible, mais il achète des panneaux solaires en Chine. Il vient d'y avoir une décision à ce sujet en vertu de la Loi sur les mesures spéciales d'importation, et les prix ont augmenté de plus de 200 %. La poursuite avait été déposée par quatre entreprises canadiennes de l'industrie solaire qui essaient de rester concurrentielles. Nous allons donc pénaliser l'entreprise canadienne qui essaie de favoriser l'utilisation de l'énergie verte, mais les entreprises canadiennes ne peuvent pas acheter les produits des autres entreprises canadiennes.

Je comprends ce que vous dites, nous voulons essayer de faire la promotion de la technologie verte, mais nous vivons aussi à l'ère de la mondialisation, et quand le gouvernement interfère... Quand tout est équitable et que les règles du jeu commercial sont les mêmes partout dans le monde, c'est fantastique. C'est pourquoi il est si important de conclure des accords commerciaux, d'après moi. Ils permettent d'éliminer ce genre de taxes et de subventions injustes. N'êtes-vous pas d'accord?

Mme Joy Nott: Je suis d'accord; cependant, le Canada, comme tout autre pays, doit être prêt à prendre des mesures correctives quand d'autres pays font du dumping, qu'ils subventionnent inéquitablement des produits ou qu'ils font des choses qui ne sont pas tout à fait justes pour les autres. Quand on laisse les entreprises

s'autoréguler, c'est le marché qui dicte le prix. Le marché dicte toutes sortes de choses. Quand des gouvernements étrangers se mettent de la partie, il y a ...

Je ne sais pas pourquoi des mesures antidumping ont été imposées sur les panneaux solaires chinois. Est-ce une question de subventions ou de quoi que ce soit d'autre? Le Canada doit être prêt à se défendre dans ce genre de circonstance.

L'hon. Ron Cannan: Le Tribunal canadien du commerce extérieur, qui est indépendant du gouvernement, surveille la situation, et il y a aussi l'OMC. Je pense qu'il y a qu'un équilibre. Ce n'est qu'un exemple.

Mme Joy Nott: Oui. Ils sont censés déterminer les dommages, n'est-ce pas? De toute évidence, si ce n'était pas juste pour les Canadiens, ils devaient faire ce qu'ils avaient à faire. Je pense que la plupart des commerçants canadiens le comprennent. Ce n'est pas évident quand il y a des politiques de gouvernements étrangers qui ne sont pas bonnes pour notre économie. Nous ne pouvons pas faire grand-chose.

● (1705)

L'hon. Ron Cannan: Je vous remercie.

Le président: Merci, mesdames et messieurs les témoins. Nous avons été très heureux de vous accueillir. Je vous suis reconnaissant de nous avoir consacré du temps aujourd'hui.

Chers collègues, si vous pouvez rester ici cinq minutes, nous aurions quelques petites questions administratives à régler avant de lever la séance.

[*La séance se poursuit à huis clos.*]

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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