

SENATE



SÉNAT

CANADA

Second Session  
Forty-first Parliament, 2013-14-15

---

*Proceedings of the Standing  
Senate Committee on*

## AGRICULTURE AND FORESTRY

*Chair:*  
The Honourable PERCY MOCKLER

---

Tuesday, May 26, 2015  
Thursday, May 28, 2015

---

Issue No. 29

*Twentieth and twenty-first meetings:*

Study on international market access priorities  
for the Canadian agricultural  
and agri-food sector

---

INCLUDING:  
THE NINTH REPORT OF THE COMMITTEE  
*(The Importance of Bee Health to Sustainable  
Food Production in Canada)*

---

WITNESSES:  
*(See back cover)*

Deuxième session de la  
quarante et unième législature, 2013-2014-2015

---

*Délibérations du Comité  
sénatorial permanent de l'*

## AGRICULTURE ET DES FORÊTS

*Président :*  
L'honorable PERCY MOCKLER

---

Le mardi 26 mai 2015  
Le jeudi 28 mai 2015

---

Fascicule n° 29

*Vingtième et vingt et unième réunions :*

Étude sur les priorités pour le secteur agricole et  
agroalimentaire canadien en matière d'accès  
aux marchés internationaux

---

Y COMPRIS :  
LE NEUVIÈME RAPPORT DU COMITÉ  
*(L'importance de la santé des abeilles pour une production  
alimentaire durable au Canada)*

---

TÉMOINS :  
*(Voir à l'endos)*

STANDING SENATE COMMITTEE  
ON AGRICULTURE AND FORESTRY

The Honourable Percy Mockler, *Chair*

The Honourable Claudette Tardif, *Deputy Chair*

and

The Honourable Senators:

Beyak	McIntyre
* Carignan, P.C. (or Martin)	Mercer
* Cowan (or Fraser)	Merchant
Dagenais	Moore
Maltais	Ogilvie
	Oh
	Unger

\*Ex officio members

(Quorum 4)

*Changes in membership of the committee:*

Pursuant to rule 12-5, membership of the committee was amended as follows:

The Honourable Senator McIntyre replaced the Honourable Senator Enverga (*May 27, 2015*).

The Honourable Senator Enverga replaced the Honourable Senator Ngo (*May 27, 2015*).

The Honourable Senator Ngo replaced the Honourable Senator Enverga (*May 25, 2015*).

COMITÉ SÉNATORIAL PERMANENT  
DE L'AGRICULTURE ET DES FORÊTS

*Président* : L'honorable Percy Mockler

*Vice-présidente* : L'honorable Claudette Tardif

et

Les honorables sénateurs :

Beyak	McIntyre
* Carignan, C.P. (ou Martin)	Mercer
* Cowan (ou Fraser)	Merchant
Dagenais	Moore
Maltais	Ogilvie
	Oh
	Unger

\* Membres d'office

(Quorum 4)

*Modifications de la composition du comité :*

Conformément à l'article 12-5 du Règlement, la liste des membres du comité est modifiée, ainsi qu'il suit :

L'honorable sénateur McIntyre a remplacé l'honorable sénateur Enverga (*le 27 mai 2015*).

L'honorable sénateur Enverga a remplacé l'honorable sénateur Ngo (*le 27 mai 2015*).

L'honorable sénateur Ngo a remplacé l'honorable sénateur Enverga (*le 25 mai 2015*).

**MINUTES OF PROCEEDINGS**

OTTAWA, Tuesday, May 26, 2015  
(68)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 5:05 p.m., in room 356-S, Centre Block, the chair, the Honourable Percy Mockler, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Beyak, Dagenais, Maltais, Mockler, Moore, Ogilvie, Oh, Tardif and Unger (9).

*In attendance:* Jed Chong, Analyst, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

*Also present:* The official reporters of the Senate.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, October 23, 2014, the committee continued its study on international market access priorities for the Canadian agricultural and agri-food sector. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 18.*)

**WITNESS:**

*Canadian Institute of Food Science and Technology:*

Allan Paulson, President.

Mr. Paulson made a statement and answered questions.

At 5:58 p.m., the committee adjourned to the call of the chair.

**ATTEST:**

OTTAWA, Thursday, May 28, 2015  
(69)

[*English*]

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8:34 a.m., in room 2, Victoria Building, the chair, the Honourable Percy Mockler, presiding.

*Members of the committee present:* The Honourable Senators Beyak, Dagenais, Maltais, McIntyre, Merchant, Mockler, Ogilvie, Oh, Tardif and Unger (10).

*In attendance:* Aïcha Coulibaly and Jed Chong, Analysts, Parliamentary Information and Research Services, Library of Parliament.

*Also present:* The official reporters of the Senate.

**PROCÈS-VERBAUX**

OTTAWA, le mardi 26 mai 2015  
(68)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 17 h 5, dans la pièce 356-S de l'édifice du Centre, sous la présidence de l'honorable Percy Mockler (*président*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Beyak, Dagenais, Maltais, Mockler, Moore, Ogilvie, Oh, Tardif et Unger (9).

*Également présent :* Jed Chong, analyste, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat le jeudi 23 octobre 2014, le comité poursuit son étude sur les priorités pour le secteur agricole et agroalimentaire canadien en matière d'accès aux marchés internationaux. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n<sup>o</sup> 18 des délibérations du comité.*)

**TÉMOIN :**

*Institut canadien de science et technologie alimentaires :*

Allan Paulson, président.

M. Paulson fait un exposé, puis répond aux questions.

À 17 h 58, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

**ATTESTÉ :**

OTTAWA, le jeudi 28 mai 2015  
(69)

[*Traduction*]

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 h 34, dans la pièce 2 de l'immeuble Victoria, sous la présidence de l'honorable Percy Mockler (*président*).

*Membres du comité présents :* Les honorables sénateurs Beyak, Dagenais, Maltais, McIntyre, Merchant, Mockler, Ogilvie, Oh, Tardif et Unger (10).

*Également présents :* Aïcha Coulibaly et Jed Chong, analystes, Service d'information et de recherche parlementaires, Bibliothèque du Parlement.

*Aussi présents :* Les sténographes officiels du Sénat.

Pursuant to the order of reference adopted by the Senate on Thursday, October 23, 2014, the committee continued its study on international market access priorities for the Canadian agricultural and agri-food sector. (*For complete text of the order of reference, see proceedings of the committee, Issue No. 18.*)

*WITNESSES:*

*Agri-Food Export Group Québec-Canada:*

André Coutu, President and CEO;

Raymond Dupuis, Economist and Strategic Advisor.

*Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation:*

Sylvie Cloutier, President and CEO;

Dimitri Fraeys, Vice-President Innovation and Economic Affairs.

The chair made a statement.

Mr. Coutu, Ms. Cloutier and Mr. Fraeys made statements and, together with Mr. Dupuis, answered questions.

At 10:07 a.m., the committee adjourned to the call of the chair.

*ATTEST:*

Conformément à l'ordre de renvoi adopté par le Sénat, le jeudi 23 octobre 2014, le comité poursuit son étude sur les priorités pour le secteur agricole et agroalimentaire canadien en matière d'accès aux marchés internationaux. (*Le texte intégral de l'ordre de renvoi figure au fascicule n° 18 des délibérations du comité.*)

*TÉMOINS :*

*Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada :*

André Coutu, président et chef de la direction;

Raymond Dupuis, économiste et conseiller stratégique.

*Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation :*

Sylvie Cloutier, présidente-directrice générale;

Dimitri Fraeys, vice-président, Innovation et Affaires économiques.

Le président prend la parole.

M. Coutu, Mme Cloutier et M. Fraeys font chacun un exposé puis, avec M. Dupuis, répondent aux questions.

À 10 h 7, le comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation de la présidence.

*ATTESTÉ :*

*Le greffier du comité,*

Kevin Pittman

*Clerk of the Committee*

**REPORT OF THE COMMITTEE**

Wednesday, May 27, 2015

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry has the honour to table its

**NINTH REPORT**

Your committee, which was authorized by the Senate on Thursday, November 21, 2013, to examine and report on the importance of bees and bee health in the production of honey, food and seed in Canada, now tables its final report entitled: *The Importance of Bee Health to Sustainable Food Production in Canada*.

Respectfully submitted,

*Le président,*

**PERCY MOCKLER**

*Chair*

**RAPPORT DU COMITÉ**

Le mercredi 27 mai 2015

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts a l'honneur de déposer son

**NEUVIÈME RAPPORT**

Votre comité, qui a été autorisé par le Sénat le jeudi 21 novembre 2013 à examiner, pour en faire rapport, de l'importance des abeilles et de leur santé dans la production de miel, d'aliment et de graines au Canada, dépose maintenant son rapport final intitulé, *L'importance de la santé des abeilles pour une production alimentaire durable au Canada*.

Respectueusement soumis,

**EVIDENCE**

OTTAWA, Tuesday, May 26, 2015

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 5:05 p.m. to study international market access priorities for the Canadian agricultural and agri-food sector.

**Senator Percy Mockler** (*Chair*) in the chair.

[*English*]

**The Chair:** Honourable senators, I see that we have a quorum. I declare the meeting in session.

I welcome you, honourable senators and Mr. Paulson, to this meeting of the Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry. My name is Percy Mockler, senator from New Brunswick and chair of the committee. At this time, I will ask senators to introduce themselves.

**Senator Tardif:** Good afternoon. Senator Claudette Tardif from Alberta.

**Senator Moore:** Good afternoon, Mr. Paulson. Nice to see you here. Wilfred Moore from Nova Scotia.

[*Translation*]

**Senator Maltais:** Welcome. Senator Maltais from Quebec.

[*English*]

**Senator Oh:** Senator Oh, Ontario.

**Senator Unger:** Senator Betty Unger, Edmonton, Alberta.

**Senator Ogilvie:** Kelvin Ogilvie, Nova Scotia.

**The Chair:** Thank you, honourable senators. As our witness today, we welcome, from the Canadian Institute of Food Science and Technology, Dr. Allan Paulson, President.

Mr. Paulson, thank you for accepting our invitation to share with the committee, as per our order of reference from the Senate of Canada on free trade agreements, your opinion on what's to come. With your experience, I now invite you to make your presentation, which will be followed by senators asking questions. Again, on behalf of the committee, I welcome you.

**Allan Paulson, President, Canadian Institute of Food Science and Technology:** Thank you very much and thanks for the invitation. It's a pleasure to be here. My name again is Allan Paulson. I'm President of the CIFST or Canadian Institute of Food Science and Technology. My day job is professor of food science at Dalhousie University in Halifax. I teach primarily food chemistry, food processing and so on.

**TÉMOIGNAGES**

OTTAWA, le mardi 26 mai 2015

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 17 h 5, pour étudier les priorités pour le secteur agricole et agroalimentaire canadien en matière d'accès aux marchés internationaux.

**Le sénateur Percy Mockler** (*président*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**Le président :** Honorables sénateurs, je vois que nous avons le quorum. Je déclare la réunion ouverte.

Bienvenue, honorables sénateurs et monsieur Paulson, à cette réunion du Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts. Je m'appelle Percy Mockler, sénateur du Nouveau-Brunswick et président du comité. À ce moment-ci, je demanderais aux sénateurs de se présenter.

**La sénatrice Tardif :** Bon après-midi. Sénatrice Claudette Tardif, de l'Alberta.

**Le sénateur Moore :** Bon après-midi, monsieur Paulson. Je suis ravi de vous voir ici. Je suis Wilfred Moore, de la Nouvelle-Écosse.

[*Français*]

**Le sénateur Maltais :** Bienvenue. Sénateur Maltais, du Québec.

[*Traduction*]

**Le sénateur Oh :** Je suis le sénateur Oh, de l'Ontario.

**La sénatrice Unger :** Je suis la sénatrice Betty Unger, d'Edmonton, en Alberta.

**Le sénateur Ogilvie :** Kelvin Ogilvie, de la Nouvelle-Écosse.

**Le président :** Merci, honorables sénateurs. Nous souhaitons la bienvenue à notre témoin, M. Paulson, qui est président de l'Institut canadien de science et technologie alimentaires.

Monsieur Paulson, merci d'avoir accepté notre invitation à témoigner devant le comité et à nous faire part de votre opinion sur ce que l'avenir nous réserve, conformément à l'ordre de renvoi que nous avons reçu du Sénat du Canada pour étudier les accords de libre-échange. Je vous invite maintenant à faire votre exposé basé sur votre expérience, après quoi les sénateurs vous poseront leurs questions. Au nom du comité, je vous souhaite encore une fois la bienvenue.

**Allan Paulson, président, Institut canadien de science et technologie alimentaires :** Merci beaucoup et merci de l'invitation. Je suis heureux d'être ici. Encore une fois, je m'appelle Allan Paulson. Je suis le président de l'ICSTA, ou l'Institut canadien de science et technologie alimentaires. Je suis professeur en sciences alimentaires à l'Université Dalhousie, à Halifax. J'enseigne surtout la chimie et la transformation des aliments, ainsi que des sujets apparentés.

For those who are interested, I'm also a certified professional sommelier, so afterwards if you would like food and wine pairings, I'd be happy to help you.

Getting back to the presentation, the CIFST was founded here in Canada in 1951. It's the only organization that links food science professionals across the country and across sectors, so industry, government and academia. The mission of the institute is to promote food science and technology as a means to ensure a safe, nutritious, wholesome and varied food supply.

We have about 1,100 members. About 60 to 65 per cent are from industry, mainly processors and suppliers. We have a very high student component, 20 to 25 per cent who are undergrad students to PhD. We have about 10 per cent academics and about 5 per cent from government, so we have the full spectrum.

I'd like to just talk briefly about some of the opportunities and challenges for the food processing sector, primarily with respect to export, first of all the opportunities.

As we all know, we have a growing, worldwide demand for food, and not just food in general but safe, high-quality and high-value-added food. The world population, as we're all aware, is predicted to reach about 9 billion people by the year 2050. Between the years 2007 and 2050, it's predicted that total world food consumption will increase by about 70 per cent — it will be 70 per cent higher in 2050 than in 2007 — and nearly half of that will be from China alone with their increasing middle class. That's one opportunity.

Another opportunity is demographic. Most people in this room are similar in age to me, more or less, and there's a huge expanding market for food for the elderly that hasn't really been tapped into yet. However, it has been estimated that by 2030, 20 per cent of North America's population and 25 per cent of Europeans will be 65 years of age and over. It's estimated that of the 9 billion people in 2050, about 2 billion will be seniors.

As we get older, we lose sensory acuity, such as vision, hearing, taste, smell, et cetera. We lose cognitive acuity. We get physically weaker, we have difficulty swallowing, and the nutritional requirements change, so this creates a real opportunity for developing foods to meet this growing demographic.

At the same time, we have an epidemic of diet-related, chronic, non-communicable diseases like diabetes, hypertension, obesity and some forms of cancer. This is another opportunity for foods and food products that will meet the needs of people with those diseases.

Pour ceux que cela intéresse, je suis également un sommelier professionnel certifié. Donc, si après la réunion vous voulez des suggestions de vins à boire avec certains aliments, je serai heureux de vous aider.

Pour revenir à l'exposé, l'ICSTA a été fondé ici au Canada en 1951. C'est la seule organisation au pays qui rassemble les professionnels des sciences alimentaires de tous les secteurs, soit l'industrie, le gouvernement et le milieu universitaire. La mission de l'institut est de promouvoir la science et la technologie alimentaires afin d'assurer un approvisionnement en aliments sains, nutritifs et variés.

Nous avons environ 1 100 membres. Entre 60 et 65 p. 100 de nos membres travaillent dans le secteur privé; ce sont surtout des transformateurs et des fournisseurs. Un nombre important de nos membres sont des étudiants de premier, deuxième et troisième cycles. Environ 10 p. 100 de nos membres sont des universitaires et 5 p. 100 sont du secteur public; nous sommes donc représentés par tous les secteurs.

J'aimerais parler brièvement des occasions et des défis pour le secteur de la transformation alimentaire, surtout en matière d'exportation. Parlons d'abord des débouchés.

Comme nous le savons tous, la demande en nourriture croît dans le monde entier, et pas pour n'importe quel aliment, mais pour des aliments sains, de haute qualité et à forte valeur ajoutée. La population mondiale, comme nous en sommes tous bien conscients, devrait atteindre les 9 milliards d'ici 2050. Entre 2007 et 2050, on s'attend à ce que la consommation alimentaire mondiale augmentera d'environ 70 p. 100. Autrement dit, elle sera plus élevée de 70 p. 100 en 2050 comparativement à 2007, et près de la moitié de cette demande viendra de la Chine, qui a une classe moyenne grandissante. C'est un débouché.

Il y a un autre débouché, qui est de nature démographique. La plupart des gens dans cette salle ont à peu près le même âge que moi, et le marché des aliments pour les aînés est en pleine expansion. Ce créneau n'a pas encore été exploité. Cela dit, on s'attend à ce que d'ici 2030, 20 p. 100 des Nord-Américains et 25 p. 100 des Européens auront 65 ans et plus. On estime que des neuf milliards d'êtres humains sur la planète en 2050, deux milliards seront des aînés.

En vieillissant, nous perdons nos facultés sensorielles, dont la vue, l'ouïe, le goût, l'odorat. Nous perdons notre acuité cognitive. Nous perdons notre force physique; il nous est plus difficile d'avaler et nos besoins nutritionnels changent. Il y a donc là une belle occasion de créer de nouveaux aliments qui satisferont les besoins de cette tranche de la population grandissante.

Parallèlement, nous sommes aux prises avec une épidémie de maladies chroniques, non contagieuses et liées à l'alimentation, dont le diabète, l'hypertension, l'obésité et certains types de cancer. Il s'agit là d'une autre occasion de créer des aliments et des produits alimentaires destinés aux gens qui souffrent de ces maladies.

Related to that, the global demand for health and wellness products is booming. Presently, it's at about US\$750 billion and rising. Canada is actually quite strong in this market. We have about 300 companies taking part, so I can see that we'll be able to take advantage of that opportunity.

We have an increased demand for ethnic foods, at least domestically. About 17 per cent of households shop at ethnic stores, and that hasn't been fully tapped into.

One thing we're at the cusp of is personalized nutrition. This is based on nutrigenomics. This is where parts of our diet are personalized due to our genetic makeup. If anyone wants examples, I can provide some later.

We also have a very strong R&D capacity in the country. We have many food researchers and research institutions across the full spectrum. We have academia, government and tech centres as well as pilot plants. We actually have a lot of resources for food research.

One of the challenges has to do with the makeup of the sector. The food processing industry, as you know, is very large, but the majority of the companies are small. In 2009, about 84 per cent of the food processing sector was made up of companies with fewer than 50 employees, but these represented only about 17 per cent of sales. By contrast, the four largest companies made up about 42 per cent of sales.

The small and medium-sized enterprises are often limited in their ability to access funds for research and development and expansion, and if they want to make health claims — if they're in the health food market, for instance — the cost of clinical trials is very high. They're also vulnerable to the realities of the food industry, where about 90 per cent of new products fail for one reason or another. If you're a larger company, you can bear that, but if you're a small company, that's a major hit.

Secondly, the sector itself is quite fragmented. There's no single unifying body. They have no check-off system for accessing granting programs that require matching funds, such as GF2, and they also don't have a single list of R&D priorities because those priorities change depending upon the size of the companies.

Finally, there are research and development challenges across the sector. We really do have a lot of potential for R&D capacity, but it's not being optimized. We have excellent researchers. We have excellent resources, but they're spread out across the country. The research culture isn't really geared to multi-sectoral research. We don't have a culture or a history of, for example, scientists working with health professionals working

Qui plus est, la demande mondiale pour des produits axés sur la santé et le bien-être est en pleine croissance. À l'heure actuelle, on évalue leur valeur à 750 milliards de dollars américains, et ce chiffre ne cesse d'augmenter. Le Canada fait bonne figure sur ce marché. Il y a environ 300 entreprises qui œuvrent dans ce secteur, et nous pourrions profiter de cette occasion.

Il y a une demande accrue pour les aliments ethniques, du moins ici au Canada. Environ 17 p. 100 des ménages s'approvisionnent dans des magasins ethniques, mais nous n'avons pas encore réalisé le plein potentiel de ce créneau.

Par ailleurs, nous sommes à la veille d'entrer dans l'ère de l'alimentation personnalisée, qui est basée sur la génomique nutritionnelle. Autrement dit, nous allons adapter notre alimentation à notre bagage génétique. Si vous voulez en avoir des exemples, je pourrai vous en donner plus tard.

Le Canada a aussi une très grande capacité en matière de recherche et de développement. Nous avons beaucoup de chercheurs et de centres de recherche alimentaire dans tous les secteurs. Nous avons les universités, les gouvernements et les centres de technologie, ainsi que des usines pilotes. Nous avons donc beaucoup de ressources pour la recherche alimentaire.

L'un des défis se rapporte à la composition du secteur. L'industrie de la transformation alimentaire, comme vous le savez, est très grande, mais la majorité des entreprises sont petites. En 2009, environ 84 p. 100 du secteur était composé d'entreprises qui comptent moins de 50 employés, mais celles-ci ne représentaient qu'environ 17 p. 100 des ventes. En revanche, les quatre entreprises les plus importantes détenaient environ 42 p. 100 des ventes.

Les petites et moyennes entreprises n'ont souvent pas les moyens de se livrer à des activités de recherche et de développement ou de prendre de l'expansion. Si elles veulent vanter les bienfaits pour la santé de leurs produits — si elles sont dans le marché alimentaire, par exemple —, le coût des essais cliniques est très élevé. De plus, les PME sont à la merci des réalités de l'industrie alimentaire, qui a un taux d'échec — pour toutes sortes de raisons — d'environ 90 p. 100 pour les nouveaux produits. Une grande entreprise peut se permettre des échecs, mais c'est beaucoup plus difficile pour une petite entreprise.

Ensuite, le secteur lui-même est assez fragmenté. Il n'y a aucune entité rassembleuse. Il n'y a pas de système de prélèvements pour accéder à des programmes de subventions qui prévoient des fonds de contrepartie, tels que le programme Cultivons l'avenir 2. Il n'y a aucune liste de priorités en matière de recherche et de développement, car les priorités varient en fonction de la taille de l'entreprise.

Enfin, il existe des défis en matière de recherche et de développement dans l'ensemble du secteur. Nous avons un potentiel énorme quant à notre capacité de recherche et de développement, mais nous n'en profitons pas. Nous avons d'excellents chercheurs. Nous avons d'excellentes ressources, mais elles sont dispersées partout au pays. Notre culture de recherche n'est pas vraiment axée sur la recherche multisectorielle.



with lawyers, et cetera. That's something that we're going to have to change if we want to take advantage of these opportunities that have come up.

I'll stop there. I'm not sure how long that was, but I think I've probably said enough at this point, and I welcome questions.

**The Chair:** Thank you, Mr. Paulson.

**Senator Ogilvie:** Professor Paulson, you didn't really touch on this aspect, but I can't imagine that you don't have possibly both experience and certainly some interest and knowledge of the area.

We're looking at trade barriers and their implications, and we know that certain countries have used non-tariff barriers to foods. Particularly, one specific example is putting a zero limit on detection for, let's say, pesticides or something of that nature. You're very familiar with today's analytical techniques that allow us to measure; we can find almost anything almost anywhere today, numbers that have no consequence in terms of serious impact.

There is an issue that has reached a major international crisis point, and that's antibiotic resistance. I'm going to digress for a moment and then come back to the food issue. The WHO has declared it a world pandemic. The British Parliament has used the same language, but it really hasn't seized populations worldwide very much. I'm not going to go into what countries should be doing about that specifically, but it seems to me that it's not going to be long before countries will use the fact that in many countries, including our own, antibiotics are used on a wholesale, uninhibited scale in animal growth as part of their food supply. The evidence is based on a nearly 40-year-old article around which there's considerable question as to whether antibiotics really do give any real growth impact from a truly scientific point of view, but they're used wholesale. Farmers can buy them by the truckload and use them without any serious regulation. This is now being identified as an increasing possible impact on the development of antibiotic resistance and so on.

I'll come to my question around the trade issue. Some countries could start declaring that food produced under conditions where antibiotics are used in a non-prescription manner in animal rearing poses a worldwide threat, and, therefore, they could use this as a non-tariff barrier to the importation of food from those countries.

I'd like to get any general thoughts you might have on that and whether you would see a potential benefit to Canada's international trade in this area if Canada were to declare itself free of that practice. We know there's a certain amount of voluntary withdrawal from it now, and certain major companies — McDonald's, for example — are requiring that beef will only be used if that isn't the case.

Nous n'avons pas une culture, ou un passé, par exemple, de collaboration entre scientifiques, professionnels de la santé et avocats, pour ne nommer que ceux-là. Cette situation va devoir changer si nous voulons profiter des nouvelles occasions qui s'offrent à nous.

Je vais m'arrêter ici. Je ne sais pas combien de temps j'ai parlé, mais je crois en avoir suffisamment dit, et je suis prêt à répondre à vos questions.

**Le président :** Merci, monsieur Paulson.

**Le sénateur Ogilvie :** Monsieur Paulson, vous n'avez pas abordé le sujet, mais je soupçonne que vous avez acquis une certaine expérience et des connaissances dans le domaine dont je vais vous parler.

Nous nous intéressons ici aux barrières commerciales et à leurs répercussions, et nous savons tous que certains pays utilisent des barrières non tarifaires pour les aliments. Un exemple précis est l'application d'une politique de tolérance zéro relativement à la présence de pesticides, ou quelque chose du genre. Vous connaissez bien les techniques analytiques d'aujourd'hui qui nous permettent de mesurer ce genre de chose. Nous pouvons de nos jours détecter n'importe quoi, n'importe où, sans pour autant que les taux observés aient des conséquences néfastes pour la santé.

Il y a un enjeu en particulier qui a atteint un stade critique à l'échelle internationale, et c'est la résistance aux antibiotiques. Je vais ouvrir une parenthèse ici, pour ensuite revenir à la question des aliments. L'OMS a déclaré que la résistance aux antibiotiques constitue une pandémie mondiale. Le Parlement britannique parle lui aussi en ces termes, mais on semble peu s'en soucier dans le monde. Je ne dirai pas ici qui devrait faire quoi à cet égard, mais il me semble néanmoins que très bientôt, certains vont soulever le fait que bon nombre de pays, y compris le nôtre, utilisent sans retenue des antibiotiques à grande échelle dans l'alimentation de leurs animaux pour encourager leur croissance. Les éleveurs se fient à un article datant d'il y a 40 ans qui suscite beaucoup de controverse dans le milieu scientifique, mais ils se ruent quand même sur ces antibiotiques. Ils les achètent à la tonne, et les utilisent malgré le peu de réglementation. Cette pratique est aujourd'hui considérée comme ayant un effet de plus en plus notable sur le développement d'une résistance aux antibiotiques.

J'en viens à ma question du point de vue commercial. Certains pays pourraient déclarer que les aliments produits où des antibiotiques sans ordonnance vétérinaire sont utilisés dans l'élevage des animaux représentent un grave danger mondial et, par conséquent, ils pourraient ériger une barrière non tarifaire à l'importation d'aliments de ces pays.

Quelles sont vos opinions générales sur cette question? Et voyez-vous un intérêt commercial pour le Canada de se débarrasser de cette pratique? Nous savons que certains commencent déjà à délaisser volontairement cette pratique et que de grandes sociétés comme McDonald exigent que le bœuf qu'elles servent dans leurs chaînes n'ait pas été élevé dans ces circonstances.

Would there be a potential international marketing advantage if Canadian animal and poultry producers were able to declare that their products were developed from animals raised free from the wholesale use of antibiotics?

**Mr. Paulson:** That's a really good question. My personal view is that it would be somewhat similar to, say, GM or something like that. From the point of view of the safety of the food, I doubt there would be a detectable difference in the product itself as far as antibiotic and non-antibiotic.

But from the point of view of perception or what people think, they may perceive that it's less safe. From that point of view, yes, there probably would be an advantage to declaring yourself antibiotic-free, the same way as if you declared yourself GM-free or organic or whatever.

**Senator Ogilvie:** I agree with you entirely, and I should have made it clear. I wasn't thinking you would argue the food is safer but that humans are safer as a result of the reduction of the impact on the development of antibiotic resistance. In other words, Europe and other countries have shown themselves to develop policies that impact on general areas of health and so on. The point here is that it's a practice where there's not sound evidence showing that wholesale use of antibiotics in food production really does give growth stimulation, more rapid growth of poultry or animals.

So I'm thinking more from the pure marketing strategy sense as opposed to any difference in the food that is produced. That wasn't part of my thinking. You clarified that. Thank you.

**Senator Tardif:** Thank you, Mr. Paulson, for a very interesting presentation. You mentioned that there are serious research and development challenges facing many areas in Canada, especially in the food industry. I note that the OECD has indicated that research and development expenditures in the Canadian private sector have declined between 2001 and 2012. In your view, why is the private sector spending less on research and development?

**Mr. Paulson:** I'm thinking that with so many really small companies, they're operating pretty close to the bone and they really don't have a lot of extra money for R&D. Unless they can get a pretty good leveraging of their funds through various programs, I think financially it's very difficult for them to carry out R&D.

**Senator Tardif:** What could be done to stimulate further private sector investment?

**Mr. Paulson:** One thing would be to get away from a one-size-fits-all funding formula for research where the industry has to put up so many dollars, like 50 per cent or whatever. That would probably be more palatable for larger companies, but if you're a

Y a-t-il un possible avantage international en matière de marketing pour le Canada de déclarer qu'aucun antibiotique n'est utilisé dans l'élevage du bétail et de la volaille?

**M. Paulson :** C'est une excellente question. Personnellement, je pense que cette question s'apparente à celle des OGM. Du point de vue de la salubrité des aliments, je doute qu'il y ait une différence notable entre un aliment produit avec ou sans antibiotiques.

Par contre, en termes de perception publique, je dirais que la pratique serait vue comme étant moins sécuritaire. Alors, oui, de ce point de vue, il y aurait certainement un avantage à déclarer que nos aliments sont produits sans antibiotique, tout comme on pourrait le faire avec les produits sans OGM ou les produits biologiques, notamment.

**Le sénateur Ogilvie :** Je suis entièrement d'accord avec vous, et j'aurais dû être davantage clair. Je ne cherchais pas à vous faire dire que les aliments seraient plus salubres, mais plutôt que les êtres humains seraient davantage protégés par la réduction des pratiques menant au développement de la résistance aux antibiotiques. En d'autres mots, l'Europe et d'autres pays ont montré qu'ils élaborent des politiques qui ont une incidence sur les domaines de la santé, et cetera. Là où je veux en venir, c'est qu'il n'y a pas de preuves solides qui démontrent que l'utilisation massive d'antibiotiques dans la production alimentaire stimule effectivement la croissance accélérée de la volaille ou du bétail.

Je pense donc davantage à la stratégie de marketing qu'à une différence dans la nourriture produite. Cela ne faisait pas partie de ma réflexion. Vous l'avez précisé. Merci.

**La sénatrice Tardif :** Merci, monsieur Paulson, de votre déclaration très intéressante. Vous avez indiqué que de nombreux secteurs au Canada font face à des défis en matière de recherche et développement, et plus particulièrement dans le secteur alimentaire. Je constate que selon l'OCDE, les dépenses en recherche et développement dans le secteur privé canadien ont diminué entre 2001 et 2012. Selon vous, pourquoi le secteur privé dépense-t-il moins en recherche et développement?

**M. Paulson :** Je pense qu'il existe tant de petites entreprises qu'elles doivent exercer leurs activités avec des ressources très limitées et qu'elles n'ont pas vraiment d'excédents budgétaires à consacrer à la R-D. À moins de pouvoir maximiser l'utilisation de leurs fonds grâce à différents programmes, je pense que, financièrement, elles ont beaucoup de mal à réaliser des activités en R-D.

**La sénatrice Tardif :** Que pourrait-on faire pour stimuler davantage les investissements du secteur privé?

**M. Paulson :** Il serait entre autres possible de se détourner de la formule de financement unique concernant la recherche, en vertu de laquelle le secteur doit avancer un certain montant d'argent, 50 p. 100 ou peu importe. Ce serait probablement plus acceptable

really small company, if the actual amount that you had to put up was less as a proportion of the total, you should still have some contribution, but it really is a deterrent to research.

I was the associate scientific director for a network of centres of excellence, the Advanced Foods and Materials Network, which went from 2003 to 2010 and is now carrying on as a private, not-for-profit company, AFM Canada Inc. We had several different types of programs, some of which were quite close to commercialization. Others, of course, were much further upstream. Even under the most favourable conditions, it was really tough to get money per se out of companies. You could easily get in-kind and that sort of thing, but they just don't have a lot of money floating around.

**Senator Tardif:** With the work you do in the area of quality and safety in the food supply, do you see that your scientific findings are being transferred and that they're being applied, for example, to new technologies, to innovation? I know that's the hope, but how much of this is really happening?

**Mr. Paulson:** That's hard to say because we don't actually track what the metrics are and who is going to do the tracking. I think that is kind of a failure of our present system. There are lots of good inventions, but getting that invention from the lab bench through pilot plants and into commercialization is extremely difficult financially. The valley of death from the lab bench through to proof of principle and commercialization is really tough to get funding for. I just don't know what else to say. It's tough.

**Senator Tardif:** Thank you for your comments. I'll leave it at that for now.

[Translation]

**Senator Maltais:** Welcome, Mr. Paulson. It is nice to see you. You are also a professor at Dalhousie University, I believe. Is that the only university associated with your organization?

[English]

**Mr. Paulson:** The question was is Dalhousie the only university? No. Let me see. Across Canada there are 13 or so universities with food science programs or food and nutrition, as well as colleges. So we have many touch points for academics across the country.

[Translation]

**Senator Maltais:** For example, is the Institut de technologie agroalimentaire in Saint-Hyacinthe part of your group?

pour les grandes entreprises, mais pour les toutes petites entreprises, si le montant réel qu'elles doivent verser représentait une moins grande proportion du total, elles devraient tout de même fournir une certaine contribution, et c'est vraiment quelque chose qui les décourage à mener des activités de recherche.

J'ai été directeur scientifique adjoint d'un réseau de centres d'excellence, l'Advanced Foods and Materials Network, qui a existé de 2003 à 2010 et qui est maintenant une société privée à but non lucratif, AFM Canada Inc. Nous avions plusieurs types de programmes différents, dont certains se rapprochaient beaucoup de la commercialisation. Bien sûr, d'autres se trouvaient beaucoup plus loin en amont. Même dans les conditions les plus favorables, il était très difficile d'amener les entreprises à fournir de l'argent. On pouvait facilement obtenir des contributions en nature, par exemple, mais les entreprises n'ont tout simplement pas beaucoup d'argent excédentaire.

**La sénatrice Tardif :** Vous œuvrez dans le domaine de la qualité et de l'innocuité des aliments. Constatez-vous que vos découvertes scientifiques sont transférées et appliquées, par exemple, aux nouvelles technologies, à l'innovation? Je sais que c'est ce que vous espérez, mais ce phénomène se produit-il réellement?

**M. Paulson :** C'est difficile à dire, parce que nous ne surveillons pas vraiment les mesures utilisées et ceux qui assurent ce suivi. Je pense que c'est l'une des lacunes de notre système actuel. Il y a de nombreuses bonnes inventions, mais il est extrêmement difficile, du point de vue financier, de faire passer une invention aux laboratoires, puis aux usines pilotes et, enfin, à la commercialisation. Il est très difficile d'obtenir du financement pour cette vallée de la mort, qui va des laboratoires à la démonstration des principes et à la commercialisation. Je ne sais tout simplement pas quoi ajouter. C'est difficile.

**La sénatrice Tardif :** Merci de vos observations. Je m'en tiendrai à cela pour l'instant.

[Français]

**Le sénateur Maltais :** Bienvenue, monsieur Paulson. Je suis heureux de vous voir. Vous êtes également professeur à l'Université Dalhousie, je crois. Est-ce la seule université associée à votre organisme?

[Traduction]

**M. Paulson :** Vous me demandez si Dalhousie est la seule université? Non. Attendez. Partout au Canada, il y a environ 13 universités qui ont des programmes de sciences alimentaires ou d'alimentation et de nutrition, ainsi que des collèges. Nous avons donc de nombreux points de contact pour les universitaires partout au pays.

[Français]

**Le sénateur Maltais :** Par exemple, l'Institut de technologie agroalimentaire de Saint-Hyacinthe fait-il partie de votre groupe?

[English]

**Mr. Paulson:** Is the research centre at Saint-Hyacinthe affiliated with our university? Not specifically, although we do have collegial interactions. That's an Agriculture and Agri-Food Canada research station.

[Translation]

**Senator Maltais:** I imagine it is the same thing for Guelph, Ontario, and other universities.

Canada has signed about a dozen free trade deals with various countries. Of course, each country has its own requirements. In your opinion, what would be the two or three best features these products could have in order to meet the demand from these new countries that are now among those buying Canadian?

[English]

**Mr. Paulson:** I don't think I understood the question.

[Translation]

**Senator Maltais:** Canada has signed about a dozen free trade deals with various countries. So we are primarily exporters. What would be the best feature of the products we manufacture to meet the demand of these various countries — who are not all on an equal footing? What are the two or three main attributes these products should have?

[English]

**Mr. Paulson:** Yes, I understand. What are the main attributes that our products should have in international trade?

Canada is well known for high quality, for safety, for pretty good traceability and purity. So if a product comes from Canada, then it has a very good reputation as being the real deal, and I think that it commands a premium because of that. I think that's probably, for me, the most important part, right now anyway, with respect to foods.

[Translation]

**Senator Maltais:** Other witnesses have said that the marketing of Canadian products should be done not by the government, but by private companies. When private companies want to market products abroad, of course, they rely on research centres, experts and universities. However, I do not feel that it is up to the government to fund this activity. The witnesses have clearly said it is up to the exporters to fund this activity. I would like to hear what you have to say about that.

[Traduction]

**M. Paulson :** Le centre de recherche de Saint-Hyacinthe est-il affilié à notre université? Pas précisément, mais nous avons des interactions avec le centre. Il s'agit d'une station de recherche d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

[Français]

**Le sénateur Maltais :** J'imagine que c'est la même chose pour Guelph, en Ontario, et d'autres universités.

Le Canada a signé une dizaine de traités de libre-échange avec différents pays. Bien sûr, chacun de ces pays a des exigences. Selon vous, quelles seraient les deux ou trois meilleures qualités que pourraient avoir ces produits afin que l'on puisse répondre à la demande de ces nouveaux pays qui font maintenant partie des acheteurs canadiens?

[Traduction]

**M. Paulson :** Je pense que je ne comprends pas la question.

[Français]

**Le sénateur Maltais :** Le Canada a signé une dizaine de traités de libre-échange avec différents pays. Nous sommes donc surtout des exportateurs. Quelle serait la qualité première des produits que l'on devrait fabriquer pour satisfaire à la demande de ces différents pays — qui ne sont pas tous sur le même pied d'égalité? Quelles sont les deux ou trois qualités que ces produits devraient avoir?

[Traduction]

**M. Paulson :** Oui, je comprends. Quels devraient être les attributs principaux de nos produits en matière de commerce international?

Le Canada est bien connu pour la qualité, l'innocuité, la traçabilité assez bonne et la pureté de ses produits. Ainsi, un produit du Canada a une très bonne réputation et est considéré comme étant une bonne affaire. Je pense que le prix devrait être supérieur pour cette raison. Je pense que c'est probablement ce qui est le plus important, actuellement du moins, en ce qui concerne les aliments.

[Français]

**Le sénateur Maltais :** D'autres témoins nous ont dit que le marketing des produits canadiens n'était pas l'affaire du gouvernement, mais celle des entreprises privées. Lorsque les entreprises privées veulent faire du marketing à l'extérieur, bien entendu, elles font appel à des centres de recherche, à des professionnels et à des universités. Toutefois, je ne crois pas que le financement de cette activité revienne au gouvernement. Les témoins nous ont dit carrément qu'il revient aux entreprises exportatrices de financer cette activité. J'aimerais entendre vos commentaires à ce sujet.

[English]

**Mr. Paulson:** Not being an exporter myself, I can't say. My opinion is that there's probably room for both, in that the Canadian brand is something that could be touted by government. We have the Canadian flag. We have the Canadian brand — purity, high quality, et cetera — the things that as a general rule people are looking for.

But specifically, if you want to sell a certain type of product or a particular product, then I would think that that might be the responsibility of a company.

Part of the problem with the food processing sector is that unlike, for example, a commodity group — beef, for instance — there's no check-off. Beef producers, for every animal they sell, I believe \$1 per animal goes into a check-off fund, and about three quarters of that I believe is used for marketing and then a quarter is used for research. So they have an advantage with respect to promoting Canadian beef.

The food processing industry doesn't have that, so it's more difficult to promote the industry as a whole that way because no single company really has the funds to do that.

**The Chair:** Senator Moore, if you would permit me to follow on a question from Senator Maltais.

Dr. Paulson, I'll give you a quote and then a question. According to Agriculture and Agri-Food Canada, nearly half of the value of Canadian primary agricultural production is exported as raw or processed products. Would you comment and inform the about committee how we can improve international market access for Canadian agri-food products when we look at emerging markets in the EU and the TPP?

**Mr. Paulson:** My personal feeling is that we need to add value. It's like selling a pound of butter; you don't make much money off of a pound of butter, but if you use that butter as an ingredient, in say a croissant or something like that, then you have the multiplier effect. If we can improve our value-added food products, the quality, the number, et cetera, and for specific targets — for example, we might be looking at products that offer better nutritional value or whatever based upon some nutraceutical that comes from a Canadian commodity — I think that gives us an edge. Just selling the commodity itself I don't think brings nearly as much profit as value added.

**Senator Moore:** Thank you for being here, professor. I was interested in your comments with regard to demographics. You mentioned something about 2030. I didn't get the percentages. In North America the population 65 years and older would be a certain per cent.

**Mr. Paulson:** About 20 per cent, apparently.

[Traduction]

**M. Paulson :** Je ne suis pas exportateur, alors je ne sais pas. Je pense que les deux options seraient probablement possibles, puisque la marque canadienne pourrait être mise en valeur par le gouvernement. Nous avons le drapeau canadien. Nous avons la marque canadienne — pureté, qualité, et cetera —, et c'est ce que les gens recherchent de façon générale.

Mais plus précisément, si on veut vendre un certain type de produits ou un produit en particulier, alors je pense que la responsabilité reviendrait à une entreprise.

Une partie du problème, c'est que dans le secteur de la transformation alimentaire, contrairement à un groupe de marchandises — le bœuf, par exemple —, il n'existe pas de contributions. Si je ne m'abuse, les producteurs bovins versent, pour chaque animal vendu, un dollar à un fonds de contribution et, de ce montant, les trois quarts sont utilisés pour le marketing et le quart restant sert à la recherche. Il y a donc un avantage lorsque vient le temps de faire la promotion du bœuf canadien.

Le secteur de la transformation alimentaire ne fonctionne pas ainsi, de sorte qu'il est plus difficile de faire la promotion de l'ensemble du secteur, parce qu'aucune entreprise n'a vraiment les fonds pour le faire.

**Le président :** Sénateur Moore, si vous me le permettez, je vais revenir à une question du sénateur Maltais.

Monsieur Paulson, je vous ferai part d'une citation, puis je vous poserai une question. Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, près de la moitié de la valeur de la production agricole primaire au Canada est exportée sous forme de produits bruts ou transformés. Pouvez-vous nous dire ce que vous en pensez et nous expliquer comment nous pouvons améliorer l'accès aux marchés internationaux pour les produits agroalimentaires canadiens, compte tenu des marchés émergents de l'Union européenne et du PTP?

**M. Paulson :** Personnellement, je pense que nous devons y ajouter de la valeur. C'est comme lorsqu'on vend une livre de beurre; on ne fait pas beaucoup de profit avec une livre de beurre, mais si on utilise le même beurre comme ingrédient dans un croissant par exemple, alors on crée un effet multiplicateur. Si nous pouvons améliorer nos produits alimentaires à valeur ajoutée, leur qualité, leur nombre, et cetera, et établir des cibles précises — par exemple, on peut chercher des produits qui offrent une meilleure valeur nutritive grâce à un nutraceutique qui vient d'un produit canadien —, je pense que cela nous donne un avantage. Je pense que le simple fait de vendre un produit est loin de permettre de réaliser autant de profits que si l'on vend un produit à valeur ajoutée.

**Le sénateur Moore :** Merci d'être ici, monsieur. Vos commentaires sur la démographie ont piqué ma curiosité. Vous avez parlé de 2030. Je n'ai pas bien entendu les pourcentages. En Amérique du Nord, les personnes de 65 ans et plus représenteront un certain pourcentage de la population.

**M. Paulson :** Environ 20 p. 100, semble-t-il.

**Senator Moore:** Is any nation targeting that demographic specifically in terms of products and all the things you mentioned, which I didn't think about, like different senses in terms of being able to smell, swallow, all those things? Is your institute looking at that? Is anybody making a concerted effort to try to get a leg up on the market potential of those people?

**Mr. Paulson:** It's starting, but so far it's pretty well untapped. I see this as just being an incredible opportunity. You know yourself that if you want to improve consumption and if your sense of smell or taste isn't as good, then you have to have products that will have better taste. If you can't chew very well, you need softer foods, but they still have to be high-quality foods and even more nutritious.

**Senator Moore:** I think you said the health and wellness business is \$750 billion a year. Is that in Canada?

**Mr. Paulson:** That's globally.

**Senator Moore:** You said there are 300 companies in Canada who are, I guess, producing health and wellness foods. What is health and wellness? Is that the supplements, the vitamins you see in the health sections of stores? What are we talking about when you refer to health and wellness?

**Mr. Paulson:** Nutraceuticals and functional foods, so supplements are one part of it but also, for example, omega 3 fatty acids. A company in Dartmouth, Nova Scotia, Ocean Nutrition, microencapsulates omega 3 fatty acids, so that's part of it. You can get orange juice now, for instance, with phytosterols. It's these types of products that have enhanced nutrition, usually by adding something, or the supplements themselves. The supplements would be things like extractives. You get a bioactive compound out of a food material and you concentrate it and then sell that to be consumed, usually in pill form or caplet or something like that.

**Senator Moore:** You mentioned the high cost of clinical trials. I have a friend who is an investor in the United States, and he says it costs half a billion dollars to get a product through the FDA and then into the market. Is there some kind of an average cost in Canada? Are we talking about clinical trials for such things as health and wellness items? What were you talking about?

**Mr. Paulson:** I was talking in terms of health and wellness. If you want to make a health claim where you say something like "this product will do this," then you have to have evidence for that. The best evidence is where you have a clinical trial with humans and it's done in a facility that's set up for this. They're very expensive to do. You have to pay the subjects, the researchers, et cetera.

**Le sénateur Moore :** Y a-t-il un pays qui cible ce segment de la population en particulier, de par ces produits et toutes les choses que vous avez mentionnées, auxquelles je n'avais pas pensé, comme la capacité de sentir, d'avaler, et cetera? Votre institut se penche-t-il sur cette question? Existe-t-il un effort concerté en vue de profiter du potentiel commercial de ce créneau?

**M. Paulson :** Le potentiel commence à se faire sentir, mais il est encore très inexploité. Selon moi, c'est tout simplement une possibilité incroyable. Vous savez bien que si nous voulons améliorer la consommation et si notre odorat ou notre goût ne sont pas très bons, il faut des produits qui ont meilleur goût. Si nous avons du mal à mastiquer, il faut des aliments plus mous, mais ils doivent tout de même être de bonne qualité et encore plus nutritifs.

**Le sénateur Moore :** Je pense vous avoir entendu dire que le secteur de la santé et du mieux-être représente 750 milliards de dollars par année. Est-ce au Canada?

**M. Paulson :** C'est à l'échelle mondiale.

**Le sénateur Moore :** Vous avez dit que 300 entreprises au Canada produisent, j'imagine, des produits de santé et de mieux-être. Qu'est-ce que la santé et le mieux-être? Parlez-vous des suppléments et des vitamines que l'on voit dans la section des produits de santé dans les commerces? De quoi parlez-vous lorsque vous faites référence à la santé et au mieux-être?

**M. Paulson :** Je fais allusion aux nutraceutiques et aux aliments fonctionnels; il y a donc les suppléments, mais également, par exemple, les acides gras oméga-3. Une entreprise de Dartmouth, en Nouvelle-Écosse, Ocean Nutrition, microencapsule des acides gras oméga-3, et c'est ce dont je parle en partie. Aujourd'hui, on trouve du jus d'orange qui contient des phytostérols, par exemple. Ce type de produits présente un caractère nutritif amélioré, habituellement grâce à un ajout ou aux suppléments mêmes. Des suppléments peuvent être des composés extraits, par exemple. On extrait un composé bioactif d'un produit alimentaire, on le concentre et on le vend pour être consommé, habituellement sous forme de comprimés ou de cachets, par exemple.

**Le sénateur Moore :** Vous avez parlé des coûts élevés des essais cliniques. J'ai un ami investisseur aux États-Unis, et il dit qu'il en coûte un demi-milliard de dollars pour qu'un produit soit approuvé par la FDA et commercialisé. Avez-vous un coût moyen pour le Canada? Parlons-nous d'essais cliniques pour des produits de santé et de mieux-être, par exemple? De quoi parliez-vous?

**M. Paulson :** Je parlais de la santé et du mieux-être. Si on veut affirmer qu'un produit aura un certain effet, il faut des preuves. Pour obtenir les meilleures preuves, on procède à un essai clinique sur des humains dans un établissement à cet effet. Cela coûte très cher. Il faut payer les sujets, les chercheurs, et cetera.

We have several clinical trial facilities in this country, and they are well known and much respected. In fact, we have a network of three of them — Laval, St. George's in Toronto and the Richardson Centre in Manitoba — and they're linked. They have a common coordinator. They use the same methods, which is very important, but they are also able to tap into different people.

**Senator Moore:** Do they share in the ownership of the intellectual property that comes out of these trials?

**Mr. Paulson:** Probably not, if they're hired just to do the clinical trial testing. Unless they had some stake in it, I couldn't see where they would have any intellectual property.

**Senator Moore:** So they've been hired by somebody else as an idea?

**Mr. Paulson:** Yes.

**Senator Moore:** You said there is no check-off system. What do you mean by that? What's a check-off system? Who should be doing it, and where should it be located?

**Mr. Paulson:** If I'm a beef producer and I belong to the association — I can't remember the name of it — or, if I'm a milk producer, for every litre of milk that I produce, some portion, a penny or whatever, goes to the organization, to a fund. This fund is then used to promote that industry as a whole through marketing. For example, the Dairy Farmers of Canada, that sort of thing. Then a portion is also used for R&D.

When you have funding programs like Growing Forward 2, where they require the industry to have some contribution, that's your industry contribution. For the food processing industry, they don't have that. They're very fragmented. They don't have one organization. Part of it is that they're pretty small to begin with. It would be tough for them to come up with a penny for a product. But also, who should pay? With the food processing and retailing sector, should it be the processor? Should it be the retailer? Should it be both? These things haven't been worked out.

**Senator Moore:** So does that also lead to your comment about the metrics? Who's tracking? We have a letdown in that area. Did you talk about the metrics in terms of what you just spoke about, the R&D and the check-off thing? Is that what you were thinking of when you mentioned metrics?

**Mr. Paulson:** No, what I was thinking of was the previous question. If there were a product or a process that was either invented or discovered and then made into a food product, I think

Il y a plusieurs installations d'essais cliniques au pays, et elles sont très connues et respectées. En fait, nous disposons d'un réseau de trois établissements — celui de Laval, St. Georges's à Toronto et le Centre Richardson au Manitoba — et ils sont tous interreliés. Ils ont tous le même coordonnateur. Ils utilisent les mêmes méthodes, ce qui est très important, mais ils sont également en mesure de mener des essais sur différentes personnes.

**Le sénateur Moore :** Possèdent-ils une part de la propriété intellectuelle qui découle de ces essais?

**M. Paulson :** Probablement pas, si on fait appel à eux seulement pour faire les essais cliniques. Je ne vois pas comment ils pourraient détenir des droits sur la propriété intellectuelle, à moins d'avoir des parts.

**Le sénateur Moore :** Donc, ils sont embauchés par quelqu'un qui a une idée?

**M. Paulson :** Oui.

**Le sénateur Moore :** Vous avez dit qu'il n'y a pas de système de prélèvements. Que voulez-vous dire? Qu'est-ce qu'un système de prélèvements? Qui devrait s'en occuper, et à partir de quel endroit?

**M. Paulson :** Si je suis un producteur de bœuf et que je suis membre d'une association — je ne me rappelle plus le nom — ou si je suis un producteur laitier, pour chaque litre de lait que je produis, une part de mes profits, disons 1 ¢ ou un montant semblable, est versée dans un fonds mis sur pied par l'organisation. Ce fonds sert ensuite à faire la promotion de l'ensemble de l'industrie. C'est ce que font, par exemple, les Producteurs laitiers du Canada. Une partie du fonds sert aussi à la R-D.

Pour un programme de financement comme Cultivons l'avenir 2 auquel l'industrie doit obligatoirement cotiser, c'est ce qu'on appelle la contribution de l'industrie. Dans l'industrie de la transformation alimentaire, cela n'existe pas. C'est une industrie très fragmentée qui n'est pas représentée par une organisation. C'est en partie en raison de sa petite taille. Elle aurait de la difficulté à payer 1 ¢ par produit. Il faut aussi se demander qui devrait payer. Dans le cas du secteur de la transformation des aliments et du secteur de la vente au détail, est-ce le transformateur? Est-ce le détaillant? Ou bien les deux devraient-ils payer? Cette question n'a pas encore été réglée.

**Le sénateur Moore :** Cela se rapporte-t-il aussi à votre observation sur les mesures? Qui assure un suivi? On constate un laisser-aller à cet égard. Avez-vous parlé des mesures relativement à ce dont vous venez de parler, soit la R-D et le système de prélèvements? Est-ce ce à quoi vous pensiez lorsque vous avez parlé des mesures?

**M. Paulson :** Non, je songeais plutôt à la question précédente. S'il y avait un produit ou un processus qui était inventé ou découvert et qu'on en faisait un produit alimentaire, je pense

the question was what percentage of those inventions are actually incorporated into food products. That's hard to say. It's really tough to say. There are some.

**Senator Moore:** So your organization doesn't do that kind of tracking?

**Mr. Paulson:** No, we don't.

**Senator Ogilvie:** This time I'll switch back to things closer to your direct issue. You talked about innovation.

Before I do that, I'll make a comment with regard to Senator Moore's question regarding clinical trials. You can't have someone conducting a clinical trial on something that it has a financial interest in. Then you would compromise the issue. It's the inventor or the producer that pays for the cost of the clinical trial, and the intellectual property resides with them.

You've correctly identified the valley of death and other challenges to transferring a good idea on paper into something that can actually reach the market. Recently, the farming community in the Annapolis Valley of Nova Scotia has moved into, from my perspective, a very different era in terms of their approach to agriculture and the value added to products, developing a number of — especially in the fruit and berry industries — innovative products.

Could you give your impression of the emerging activity in this area from our home province and whether you see a bright future in this area?

**Mr. Paulson:** I think that it's a really good step in the right direction. One type of product is based on haskap berries, for instance. These are like the super berry with respect to antioxidants and so on. They've really seized on that. That's an example of food for health, so you can put haskap berries into other things.

That's one example, but, as far as other examples, they don't really come to mind. The wine industry is doing quite well.

**Senator Ogilvie:** The apple producers have come together and have been developing some innovative juice drinks based on the use of the previous by-product or waste product, the peel and so on. The peel is showing the great interest in the antioxidants that everybody is trying to identify. As well, they are packaging processed apples, for example, in a number of different ways, such as the specially packaged slices. Those are value-added products that fall into the category of innovative developments in these areas and the opening up of new markets. It was a kind of broader approach.

Certainly, the wine industry has been developing in Nova Scotia, but that's moving along a more traditional line. Actually, it's a very modern development, but I was thinking more in terms of innovative uses of berry and fruit products. It seems to me that there are some fairly serious entrepreneurial efforts under way from the great farming enterprises in the Annapolis Valley.

qu'on voulait savoir quel pourcentage de ces inventions est incorporé à des produits alimentaires. C'est difficile à dire. C'est même très difficile. Il y en a quelques-unes.

**Le sénateur Moore :** Votre organisation n'effectue pas ce genre de suivi?

**M. Paulson :** Non, nous ne le faisons pas.

**Le sénateur Ogilvie :** Cette fois-ci, j'aimerais revenir à votre enjeu direct. Vous avez parlé d'innovation.

Mais avant de poser une question, j'ai une observation relativement à la question du sénateur Moore sur les essais cliniques. Une personne ne peut pas mener d'essais cliniques sur un produit dans lequel elle a des intérêts financiers. Cela compromettrait les résultats. C'est l'inventeur, ou le producteur qui assume les coûts des essais cliniques et ce sont eux qui détiennent les droits de propriété intellectuelle.

Vous avez eu raison de parler de la vallée de la mort et des autres défis liés la conversion d'une bonne idée sur papier en un produit qui peut réellement être mis en marché. Récemment, la collectivité agricole de la vallée d'Annapolis en Nouvelle-Écosse est, à mon avis, passée à une nouvelle ère quant à son approche à l'égard de l'agriculture et des produits à valeur ajoutée en mettant au point un certain nombre de produits novateurs, surtout dans le secteur des fruits et des baies.

Pouvez-vous me dire ce que vous pensez de cette activité émergente que nous constatons dans notre province natale et si vous estimez que ce secteur est voué à un avenir brillant?

**M. Paulson :** Je pense que c'est vraiment un pas dans la bonne direction. Par exemple, la collectivité a utilisé la camerise pour l'un de ses produits. C'est un super petit fruit qui contient notamment des antioxidants. La collectivité a misé sur ce produit. C'est un exemple d'aliments bons pour la santé, si bien que l'on peut incorporer la camerise dans d'autres produits.

C'est un exemple, mais je ne me souviens pas des autres. L'industrie du vin va très bien.

**Le sénateur Ogilvie :** Les producteurs de pommes se sont rassemblés et ont élaboré des jus de fruits innovateurs en utilisant des sous-produits ou des produits résiduels, la pelure et le reste. La pelure montre l'intérêt que l'on porte aux antioxidants. De même, ils emballent des pommes transformées de différentes façons, comme des tranches de pomme dans des emballages spéciaux. Ce sont des produits à valeur ajoutée qui tombent dans la catégorie des innovations dans ce secteur et qui ouvrent de nouveaux marchés. C'était une approche plus générale.

Certainement, l'industrie du vin prend de l'expansion en Nouvelle-Écosse, mais elle suit une voie plus classique. En réalité, c'est un développement très moderne, mais je pensais plutôt aux nouvelles utilisations des produits de baies et de fruits. Il me semble que des efforts assez sérieux de la part de grandes entreprises agricoles sont en train d'être déployés dans la vallée d'Annapolis.



**Mr. Paulson:** I agree with you. I've had an opportunity to visit some of those companies. They're applying the best science available, the best research and technology, and they're actually making a commitment to come up with new, innovative products. To their credit, the major stores really try to promote, in this case, Nova Scotia produce.

**The Chair:** Thank you. I have a question before I recognize Senator Tardif.

I was listening yesterday to a program, a demographer from Toronto talking about Atlantic Canada, specifically Nova Scotia and New Brunswick, I believe. I was caught by the statement you made that of the 9 billion people that we will need to feed, 2 billion will be seniors. That was your statement.

The demographer was saying yesterday — I won't go to the next level, the level of social programs, the level of economic activities — when he came to agriculture, that we will need to produce dietary food for the seniors of tomorrow if we are going to continue leading in agriculture in Canada, especially when you see that Canada is the top global trader of agricultural products per capita today. What would you recommend on that?

**Mr. Paulson:** Yes. We have a lot of room for improvement. We have quite a trade deficit with respect to manufactured food products. I think it's about \$6.8 billion now, but we have a lot of opportunity to use our agricultural commodities in products that will be beneficial to seniors. We have to have the will to do it. It has to be a priority, but who's going to set the priorities? We don't have a national food policy or food strategy. Without that, I think it will continue to be fragmented, whereas Australia has very recently come out with a national food strategy. They have goals, priorities, basically a road map. They've created an organization to oversee this, and they're one of our competitors.

From my point of view, we finally got food onto the national science and technology priority list, but that's not enough. We really do have to make sure that we recognize the food processing industry and food as the number one industry in the country. It has really taken a back seat to other sexier industries, but when you look at the value to the economy, it's extremely valuable, and the potential to be even more valuable is very high.

I think that if we can come up with a national food strategy as a nation, and we set priorities and we fund appropriately for upstream, for the midstream, the valley of death and then near market, we can really hit above our weight as far as global food production.

**Senator Tardif:** I understand that the Canadian Institute of Food Science and Technology has an international liaison committee.

**Mr. Paulson:** Yes.

**M. Paulson :** Je suis d'accord avec vous. J'ai eu l'occasion de visiter certaines de ces entreprises. Elles utilisent les meilleures technologies, recherches et sciences disponibles, et elles se sont engagées à créer de nouveaux produits. Les principaux magasins essaient vraiment de faire la promotion des fruits de la Nouvelle-Écosse, et c'est tout à leur honneur.

**Le président :** Merci. J'ai une question avant de donner la parole à la sénatrice Tardif.

J'écoutais hier une émission où un démographe de Toronto parlait du Canada atlantique, et plus particulièrement de la Nouvelle-Écosse et du Nouveau-Brunswick, je crois. J'ai été frappé lorsque vous avez dit que, des 9 milliards de personnes qu'il faudra nourrir sur la planète, 2 milliards seront des personnes âgées. C'est ce que vous avez dit.

La démographe disait hier en ce qui concerne l'agriculture — et je ne parlerai pas des autres secteurs, des programmes sociaux, des activités économiques — que nous devons produire des aliments diététiques pour les aînés de demain si nous voulons continuer à être un chef de file en agriculture, surtout quand on pense que le Canada est le plus grand commerçant de produits agricoles par habitant à l'heure actuelle. Que recommanderiez-vous de faire à ce sujet?

**M. Paulson :** Oui, il y a beaucoup de place à l'amélioration. Nous avons un assez grand déficit commercial en ce qui concerne les produits alimentaires manufacturés. Je pense que c'est environ 6,8 milliards de dollars à l'heure actuelle, mais les possibilités sont nombreuses pour ce qui est d'utiliser nos produits agricoles pour concevoir des produits qui seront bénéfiques aux personnes âgées. Il faut avoir la volonté de le faire, il faut que ce soit une priorité, mais qui établira ces priorités? Nous n'avons pas de politique ou stratégie alimentaire nationale. Sans cela, je pense que le secteur continuera d'être fragmenté. L'Australie a récemment présenté une stratégie alimentaire nationale. Les Australiens ont des objectifs, des priorités, une feuille de route. Ils ont créé une organisation qui supervisera le tout, et l'Australie est l'un de nos concurrents.

D'après moi, il n'est pas suffisant que les aliments soient sur la liste des priorités nationales en matière de sciences et de technologie. Il faut considérer l'industrie de la transformation alimentaire et des aliments comme étant le secteur numéro un au pays. Il passe après les autres secteurs plus attrayants, mais il a une valeur extrêmement importante pour l'économie, et il a le potentiel de l'être encore plus.

Je crois que si notre pays peut élaborer une stratégie alimentaire nationale, et si nous établissons des priorités et nous les finançons adéquatement en amont, à mi-chemin, dans la vallée de la mort puis juste avant la mise en marché, nous pouvons faire plus que notre part dans la production alimentaire mondiale.

**La sénatrice Tardif :** Je crois savoir que l'Institut canadien de science et technologie alimentaires a un comité de liaison international.

**M. Paulson :** Oui.

**Senator Tardif:** What type of work do you do with your international counterparts? Are they our competitors? What type of research projects are you working on with them? What's the story?

**Mr. Paulson:** That's the international liaison committee. The Canadian Institute of Food Science and Technology is the organization in Canada that does the things that I said we did earlier. It basically links together food science professionals. There are about 90 or so other countries that have similar organizations, and most of these organizations are members of the International Union of Food Science and Technology, or IUFoST. In fact, Canada has a strong presence in this organization. The current president, Rickey Yada, is a Canadian. He's at UBC. The secretary general is a Canadian. Last year, in 2014, we hosted the World Congress of Food Science & Technology in Montreal.

The types of things that the international liaison committee does depends on which countries you're talking to, if they're developing countries, what are best practices, what are regulatory issues. With other organizations, you would be looking at, for example, research, what types of research, what's on the radar. It's kind of a mixed bag that way, but at least it's a linkage. We talk to other countries on a regular basis, and we have this larger body that facilitates that. We do a lot of interaction with the Institute of Food Technologists, which is in the U.S. They're huge by comparison. Their food industry is massive. It's good for us to have that link because we can find out what's going on there and we have a good exchange of information.

**Senator Oh:** Thank you, professor. In my experience, I just came back from a trip to China. I went to the food expo and helped one of our Canadian food producers promote maple syrup, blueberry juice, flaxseeds and Canadian roasted coffee — first time I saw it.

A lot of people came to the booths. We were doing a lot of photo ops and helping to boost our products. I said, "Let's go to the supermarket across the street," a huge supermarket. I said, "Let's go and see what products they have on the shelf." I couldn't find anything. In the end, someone found a bottle of ice wine in the supermarket. Whole rows of Australian agricultural food products, the U.S., New Zealand, but we couldn't find one item from Canada. Something is wrong.

**Mr. Paulson:** I agree. We have a very good international reputation, but I don't know why they wouldn't be on the shelves. One of the advantages we have is authenticity and traceability. If that says "Canadian ice wine," there's a good chance it is. But fraud and counterfeiting is rampant. It costs the estimate of about \$15 billion a year globally just in counterfeiting food products. If you're able to track and trace, verify the production all the way

**La sénatrice Tardif :** Quel genre de travail faites-vous avec vos homologues internationaux? Sont-ils nos concurrents? À quel projet de recherche travaillez-vous avec eux? Qu'en est-il?

**M. Paulson :** Il s'agit du comité de liaison international. L'Institut canadien de science et technologie alimentaires est l'organisme canadien qui accomplit les choses que j'ai mentionnées précédemment. Cet organisme rassemble les professionnels des sciences alimentaires. Il y a environ 90 autres pays qui ont des organismes semblables, et la plupart sont des membres de l'Union internationale de science et de technologie alimentaires. En fait, le Canada est très présent au sein de cet organisme. Le président actuel, Rickey Yada, est Canadien. Il est à l'Université de la Colombie-Britannique. Le secrétaire général est un Canadien. L'an dernier, en 2014, nous avons été l'hôte du congrès mondial des sciences et technologies alimentaires, qui a eu lieu à Montréal.

Ce que fait le comité de liaison international dépend du pays dont vous parlez, s'il s'agit d'un pays en voie de développement, des pratiques exemplaires et des enjeux en matière de réglementation. Pour d'autres pays, la question est plutôt de savoir, par exemple, quel genre de recherche ils font. Ce sont des questions très diverses, mais le comité permet aux organismes des différents pays de se rassembler. Nous avons cette tribune qui nous permet de dialoguer avec d'autres pays régulièrement. Nous interagissons beaucoup avec l'Institute of Food Technologists, qui est basé aux États-Unis et qui est un très grand organisme comparativement au nôtre. Leur industrie alimentaire est énorme. Il est bien pour nous d'avoir ces liens car ils nous permettent de savoir ce qui se passe là-bas et d'échanger des informations.

**Le sénateur Oh :** Merci, monsieur. Je reviens d'un voyage en Chine. Je suis allé à un salon de l'alimentation et j'ai aidé l'un de nos producteurs alimentaires canadiens à faire la promotion du sirop d'érable, du jus de bleuets, des graines de lin et du café torréfié canadien. C'était la première fois que je voyais cela.

Bien des gens sont venus nous voir à notre kiosque. On se faisait souvent prendre en photo et on faisait la promotion des produits. J'ai dit : « Allons au supermarché de l'autre côté de la rue », un supermarché immense. J'ai dit : « Allons voir quels produits sont sur les tablettes. » Je n'ai rien trouvé. Enfin, quelqu'un a trouvé une bouteille de vin de glace dans le supermarché. Il y avait des allées complètes de denrées alimentaires des États-Unis, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, mais nous ne pouvions pas trouver un seul article du Canada. Il y a quelque chose qui cloche.

**M. Paulson :** Je suis d'accord. L'authenticité et la traçabilité font partie de nos avantages. Si l'étiquette dit « vin de glace du Canada », il y a de bonnes chances que ce soit vrai. Mais la fraude et la contrefaçon sont omniprésentes. On estime que la contrefaçon de produits alimentaires dans le monde entier coûte environ 15 milliards de dollars annuellement. Il faut suivre la trace d'un produit, surveiller sa production de la ferme jusqu'à la

from farm to bottle, and if you have ways of making sure that someone hasn't just popped the cork out of the bottle and filled it up with something else.

Canadian ice wine is highly prized. I was over in Spain two or three years ago, and a small bottle of Canadian ice wine in this fairly small town in Spain was on the shelf for around 200 euros or so. It was phenomenal. First of all, I couldn't believe that they had a wine shop like that, because they had some really high-end wines. But here, what do you pay for ice wine? Nowhere close to that. So they are really paying a premium for the Canada brand. I'm very disappointed to hear that —

**Senator Oh:** Our farmers or export companies are not aggressive enough to promote the Canadian brand?

**Mr. Paulson:** Although we do have trade missions often, so I'm not sure why that actually hasn't developed into goods on the shelf. That's not my area, but it's just my impression.

**Senator Oh:** Thank you.

**The Chair:** Dr. Paulson, thank you very much for accepting our invitation and for sharing your opinions with us. If you feel you want to add anything as we go forward in tabling the report later on, please don't hesitate to connect with our clerk.

On this, honourable senators, I declare the meeting adjourned.  
(The committee adjourned.)

---

OTTAWA, Thursday, May 28, 2015

The Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry met this day at 8:34 a.m. to study international market access priorities for the Canadian agricultural and agri-food sector.

**Senator Percy Mockler (Chair)** in the chair.

[*English*]

**The Chair:** Before I introduce the witnesses, I would like to take this opportunity to share with all senators and people listening to us and watching us on CPAC that yesterday Senator Tardif, the deputy chair, and I tabled the report on bees.

It was reported to me this morning that we've had a lot of hits on the web, a lot of articles being criss-crossed from coast to coast, and also in the U.S. and in Europe. The officials we met when we interviewed them by video conference and/or by visiting them in Washington, D.C., were impressed by our recommendations. We will follow this, but I would like to take this opportunity to thank each and every one of the senators. It was a report welcomed by the industry.

bouteille, et vérifier que personne n'a débouché la bouteille pour la remplir d'un autre produit.

Le vin de glace canadien est très prisé. Quand j'étais en Espagne, il y a deux ou trois ans, j'ai vu une bouteille de vin de glace canadien sur l'étagère d'un commerce dans une ville relativement petite en Espagne, vendu au prix d'environ 200 euros. C'était phénoménal. Tout d'abord, j'avais du mal à croire qu'un magasin de vins comme celui-là existe, avec des vins de très haut de gamme. En plus, combien payons-nous pour du vin de glace? Nous sommes loin de payer aussi cher. Donc, ces gens paient vraiment plus cher pour la marque du Canada. Je suis très déçu d'entendre...

**Le sénateur Oh :** Nos agriculteurs et nos sociétés d'exportation ne déploient pas assez d'efforts pour promouvoir la marque du Canada?

**M. Paulson :** Nous organisons souvent des missions commerciales, mais je ne suis pas sûr qu'elles se traduisent par la mise en marché de nos produits là-bas. Ce n'est pas mon domaine, mais c'est juste une impression que j'ai.

**Le sénateur Oh :** Merci.

**Le président :** Monsieur Paulson, je vous remercie d'avoir accepté notre invitation et de nous avoir fait part de vos opinions. Si vous souhaitez ajouter quelque chose avant que nous déposions le rapport un peu plus tard, n'hésitez pas à communiquer avec notre greffier.

Sur ce, honorables sénateurs, la séance est levée.

(La séance est levée.)

---

OTTAWA, le jeudi 28 mai 2015

Le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts se réunit aujourd'hui, à 8 h 34, pour étudier les priorités pour le secteur agricole et agroalimentaire canadien en matière d'accès aux marchés internationaux.

**Le sénateur Percy Mockler (président)** occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

**Le président :** Avant de présenter les témoins, je tiens à saisir cette occasion pour indiquer aux sénateurs et à ceux qui nous écoutent ou qui nous regardent sur CPAC qu'hier, la sénatrice Tardif, vice-présidente du comité, et moi-même avons déposé le rapport sur les abeilles.

J'ai appris ce matin qu'il y a eu de nombreuses visites sur le site web; de nombreux articles ont été écrits d'un bout à l'autre du pays, ainsi qu'aux États-Unis et en Europe. Les témoins que nous avons entendus par vidéoconférence et lors de notre visite à Washington se sont dits impressionnés par nos recommandations. Nous continuerons de surveiller la situation, mais j'aimerais profiter de l'occasion pour remercier tous les sénateurs. Le rapport a été bien accueilli par le secteur.

Last night I spoke to a leader of the industry and they were very content to see that we were making recommendations that were balanced in order to sustain bee health and also recommending that solutions have to be based on science rather than hearsay or gossip. As chair, I thank you very much for your cooperation, collaboration and your presence. To the witnesses that participated — 85 of them — I take this opportunity to thank you again.

[Translation]

That said, I would like to welcome you to this meeting of the Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry. I'm Senator Percy Mockler from New Brunswick, chair of the committee.

[English]

At this point, I would like to ask senators to introduce themselves.

**Senator Merchant:** I'm Pana Merchant from Saskatchewan.

**Senator Beyak:** Lynn Beyak, Ontario.

[Translation]

**Senator Tardif:** Claudette Tardif from Alberta.

**Senator Maltais:** Ghislain Maltais from Quebec.

**Senator McIntyre:** Paul McIntyre from New Brunswick.

[English]

**Senator Unger:** I'm Betty Unger from Alberta.

[Translation]

**Senator Dagenais:** Jean-Guy Dagenais from Quebec.

[English]

**Senator Ogilvie:** Kelvin Ogilvie, Nova Scotia.

**The Chair:** Before we proceed, senators, another comment I'd like to make is to recognize the hard work of our staff through the clerk, Mr. Pittman, and to Aïcha Coulibaly. When we arrive at our meeting the clerk has connected with the witnesses. We have a sense that the witnesses are knowledgeable in the field and aware of the mandate we have received.

[Translation]

This morning, I would like to recognize the work carried out by our clerk, Kevin Pittman, and his team. Today, the committee is continuing its study on international market access priorities for the Canadian agricultural and agri-food sector.

Hier soir, j'ai discuté avec un dirigeant du secteur, qui était très satisfait de constater que nous avons formulé des recommandations équilibrées en vue d'assurer la santé des abeilles et que nous avons proposé des solutions axées sur des données scientifiques, plutôt que sur des ouï-dire ou des ragots. À titre de président, je vous remercie beaucoup de votre collaboration et de votre participation. Je tiens aussi à remercier les 85 témoins qui ont participé à l'étude.

[Français]

Cela étant dit, je vous souhaite la bienvenue à cette réunion du Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts. Mon nom est Percy Mockler, je suis un sénateur du Nouveau-Brunswick et président du comité.

[Traduction]

Je demanderais maintenant aux sénateurs de se présenter.

**La sénatrice Merchant :** Pana Merchant, de la Saskatchewan.

**La sénatrice Beyak :** Lynn Beyak, de l'Ontario.

[Français]

**La sénatrice Tardif :** Claudette Tardif, de l'Alberta.

**Le sénateur Maltais :** Ghislain Maltais, du Québec.

**Le sénateur McIntyre :** Paul McIntyre, du Nouveau-Brunswick.

[Traduction]

**La sénatrice Unger :** Betty Unger, de l'Alberta.

[Français]

**Le sénateur Dagenais :** Jean-Guy Dagenais, du Québec.

[Traduction]

**Le sénateur Ogilvie :** Kelvin Ogilvie, de la Nouvelle-Écosse.

**Le président :** Avant de poursuivre, j'aimerais souligner le travail acharné accompli par notre personnel grâce au greffier, M. Pittman, et à Aïcha Coulibaly. Lorsque nous arrivons à nos réunions, le greffier a déjà communiqué avec les témoins. Nous avons l'impression que les témoins sont des experts dans leur domaine et qu'ils connaissent le mandat du comité.

[Français]

Ce matin, je m'en voudrais de ne pas reconnaître le travail effectué par l'équipe de notre greffier, M. Kevin Pittman. Aujourd'hui, le comité poursuit son étude sur les priorités pour le secteur agricole et agroalimentaire canadien en matière d'accès aux marchés internationaux.

[English]

Canada's agriculture and agri-food sector is an important part of the country's economy. In 2013, the sector accounted for one in eight jobs in Canada, employing over 2.2 million people and close to 6.7 per cent of Canada's gross domestic product.

[Translation]

The sector accounted for close to 6.7 per cent of Canada's gross domestic product. Internationally, the Canadian agriculture and agri-food sector was responsible for 3.5 per cent of global exports of agri-food products in 2013. In 2013, Canada was the fifth largest exporter of agri-food products globally.

[English]

Canada is engaged in several free trade agreements, FTAs. To date, we have 12 FTAs in force. The Canada-EU Comprehensive Economic and Trade Agreement has concluded, and 11 FTA negotiations are ongoing including the negotiations to modernize the Canada-Costa Rica Free Trade Agreement.

[Translation]

The federal government is also undertaking 3 exploratory trade discussions with Turkey, Thailand and the member states of Mercosur (Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay and Venezuela).

From the Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation, we welcome Ms. Sylvie Cloutier, president and CEO. We are also welcoming Mr. Dimitri Fraeys, vice-president, Innovation and Economic Affairs. From the Agri-food Export Group Québec-Canada, we will hear from Mr. André Coutu, president and CEO, and Raymond Dupuis, economist and strategic adviser. When we invited you to appear, we gave you some instructions about your presentation. Following your presentations, we will move to questions.

Feel free to let us know what you think. We want to hear your point of view with regard to the next step in these agreements. We will ask Mr. Coutu to make his presentation first, and then Ms. Cloutier. Mr. Coutu, the floor is yours.

**André Coutu, President and CEO, Agri-Food Export Group Québec-Canada:** Thank you, Mr. Chair, senators. It is my pleasure to appear today before your committee to discuss issues related to the export of Quebec products throughout the world.

The Agri-food Export Group Québec-Canada is headquartered on the South Shore of Montreal. It is a business group with 400 members, including 359 agri-food manufacturers from all the regions of Quebec.

[Traduction]

Le secteur agricole et agroalimentaire canadien joue un rôle important dans l'économie du pays. En 2013, un travailleur sur huit au pays, représentant plus de 2,2 millions de personnes, était employé dans ce secteur, qui a d'ailleurs contribué à près de 6,7 p. 100 du produit intérieur brut.

[Français]

En comptant 6,7 p. 100 du produit intérieur brut au niveau international, le secteur agricole et agroalimentaire canadien était responsable de 3,5 p. 100 des exportations mondiales des produits agroalimentaires en 2013. De plus, en 2013, le Canada a été le cinquième exportateur de produits agroalimentaires parmi les plus importants au monde.

[Traduction]

Le Canada participe à plusieurs accords de libre-échange, ou ALE. À ce jour, 12 ALE sont en vigueur. L'Accord de partenariat économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne est conclu, et des négociations sont en cours relativement à 11 ALE, y compris celles destinées à moderniser l'Accord de libre-échange Canada-Costa Rica.

[Français]

Le gouvernement fédéral entame également des discussions préliminaires sur le commerce avec la Turquie, la Thaïlande, et les États membres du Mercosur, soit l'Argentine, le Brésil, le Paraguay, l'Uruguay et le Venezuela.

Nous recevons, du Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation, Mme Sylvie Cloutier, présidente-directrice générale. Nous recevons également M. Dimitri Fraeys, vice-président, Innovation et affaires économiques. Du Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada, nous entendrons M. André Coutu, président et chef de la direction, et M. Raymond Dupuis, économiste et conseiller stratégique. Lorsqu'on vous a demandé de participer, on vous a transmis des renseignements en lien avec votre présentation. Par la suite, nous passerons à la période des questions.

Soyez à l'aise de nous faire part de vos commentaires. Nous souhaitons entendre votre point de vue en ce qui concerne la prochaine étape dans le cadre des ententes. Cela dit, M. Coutu fera d'abord son exposé, suivi de Mme Cloutier. Monsieur Coutu, vous avez la parole.

**André Coutu, président et chef de la direction, Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada :** Je vous remercie, monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs. C'est avec plaisir que je comparais aujourd'hui devant votre comité afin de discuter des enjeux liés à l'exportation de produits du Québec à travers le monde.

Le Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada a son siège sur la Rive-Sud de Montréal. Il s'agit d'un regroupement d'affaires qui compte 400 membres, dont 359 manufacturiers et fabricants agroalimentaires de toutes les régions du Québec.

The group's mission is to promote our food and beverage trade throughout the world. We help our exporting members gain access to markets.

On average, we participate in approximately 25 international events annually, like agri-food fairs in China, Japan, the United States, and South America. And we receive buyers. We plan to carry out market evaluations throughout the world to help businesses better position themselves with regard to these markets.

We are also partners and shareholders of the international food exhibition which just took place in Toronto. This exhibition is an extraordinary platform for Canadian food products. During the latest event, we welcomed about 50 countries and 15,000 other visitors from the agri-food sector. This event is not for the wider public; it is tailored to business people. About 750 Canadian participants exhibited their products during the event, which was launched about 12 years ago in order to promote the interests of Canadian businesses.

The Agri-Food Export Group Québec-Canada works with the Department of International Trade and Minister Ed Fast, who has done excellent work over the last few years. We support his efforts. We believe that this is the right way to do things: break into foreign markets, develop markets, start negotiations, specifically with Europe and Korea. Soon, there will be the Trans-Pacific Partnership.

I have had the opportunity to speak with Minister Fast on a variety of different topics over the last few years. He had planned to attend the SIAL tradeshow in Toronto with Minister Ritz, but unfortunately, the Prime Minister asked him to stay in Ottawa because of other priorities. That said, they sent us written thanks for our participation in that event.

Our group works on various markets. The impact of agri-food exports in Quebec is very significant. When I talk of exports, I am referring to all products that exit Quebec's borders. We export, so to speak, as much in Canada as elsewhere in the world, for a total of \$14.1 billion. The agri-food industry is immense and extremely important in Quebec.

Internationally, our exports are of \$7 billion, of which \$4.7 billion are sold to the American market. Clearly, the United States are our most important export market. They are right next to our borders and easily accessible. We have established transportation and funding parameters. We know how to work with the Americans. Of course, we shouldn't make the mistake of thinking that we've conquered the American market, and that we don't need to work any further with the Americans. On the contrary. We need to continue making efforts

La mission du Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada se résume au commerce des aliments et des boissons un peu partout sur la planète. Nous favorisons l'accès aux tablettes pour les produits de nos membres exportateurs.

Bon an mal an, nous participons à environ 25 évènements internationaux, notamment des salons agroalimentaires en Chine, au Japon, aux États-Unis et en Amérique du Sud, et nous recevons des acheteurs. Nous prévoyons faire des validations de marché partout dans le monde pour aider les entreprises à mieux se positionner sur ces marchés.

Nous sommes également partenaires et actionnaires du Salon international de l'alimentation qui a eu lieu à Toronto et qui vient de se finir. Ce salon est une plateforme extraordinaire pour les produits alimentaires canadiens. Le dernier salon nous a permis d'accueillir environ 50 pays et 15 000 autres visiteurs du milieu des affaires de l'agroalimentaire de base. Ce n'est pas un salon destiné au grand public; il s'adresse aux commerçants. Environ 750 participants canadiens ont exposé leurs produits sur place. Cette plateforme a été mise sur pied il y a environ 12 ans dans l'intérêt des entreprises canadiennes.

Le Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada est interpellé par le ministère du Commerce international et le ministre Ed Fast, qui a fait un excellent travail au cours des dernières années. Nous appuyons ses efforts. À notre avis, c'est la façon de faire des affaires : percer les marchés étrangers, développer des marchés, entamer des discussions, notamment avec l'Europe et la Corée. Bientôt, nous disposerons du Partenariat transpacifique.

J'ai eu l'occasion d'échanger avec le ministre Fast sur différents sujets au cours des dernières années. Il devait participer au Salon international de l'agroalimentaire (SIAL) avec M. Ritz, à Toronto, mais malheureusement, il a été retenu à Ottawa par M. Harper en raison d'autres priorités. Cela dit, ils nous ont témoigné par écrit leur reconnaissance pour notre participation à cet évènement.

Le Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada travaille sur différents marchés. L'impact des exportations agroalimentaires au Québec est très important. Lorsqu'on parle d'exportation, on fait référence à tous les produits qui sortent des frontières du Québec. Nous exportons, entre guillemets, autant au Canada qu'ailleurs dans le monde, soit pour 14,1 milliards de dollars. L'industrie agroalimentaire est gigantesque et d'une importance capitale au Québec.

À l'échelle internationale, nos exportations représentent 7 milliards de dollars, dont 4,7 milliards sur le marché américain. De toute évidence, les États-Unis représentent notre marché le plus important. C'est un marché qui se trouve tout près de nos frontières et qui est facilement accessible. Les paramètres liés au transport et au financement sont en place. Nous connaissons bien la façon de travailler avec les Américains. Il ne faut surtout pas commettre l'erreur de prétendre que le marché américain est conquis, et que nous avons fini de travailler avec ce

in that direction. We've only reached the tip of the iceberg. Our exports to the United States represent nearly \$5 billion out of \$7 billion. That's a huge proportion.

Another thing to take into account is the Canadian market. I'm speaking of the rest of Canada. This represents \$7 billion in Quebec, which is quite significant. We agree with Minister Moore's philosophy: lifting barriers between provinces, encouraging interprovincial trade, and opening new markets. We agree with that approach. Nothing should prevent a cranberry grower in Quebec from selling their products to a cookie manufacturer in Alberta, and vice versa. These resources are a priority in Canada as well as abroad.

The impact of exports in Quebec is highly significant. Exports contribute about \$1.2 billion to Quebec's economy, and create tens of thousands of jobs, a figure that will soon reach 100,000. Currently, there are 90,000 jobs in Quebec that depend on exports. Looking at the predictions saying that exports will increase in 2015, 2016 and 2017, we can easily say that 10,000 to 12,000 new jobs will be created in that sector, for a total of 100,000 jobs in Quebec alone. If you scale that up to all of Canada, that is quite significant.

At the federal level, the benefits for Quebec are of about \$750 million. It's a lot of money, what with government investment and agri-marketing programs to market Quebec products.

Through Agriculture and Agri-Food Canada, the federal government invest \$1.1 million annually in our organization for manufacturers. There is a five-year plan. Before, we received \$1.7 million. You may be wondering why we now receive less money. This is because our goals have changed.

The government first prioritized emerging markets, the BRIC countries: Brazil, Russia, India, China and Africa. Since we work with processors, especially the Americans, the Japanese, and other markets, there was a bit of a disparity there. Our group is in favour of the sale of wheat, barley, and beef commodities throughout the world. We sell these products whenever we can. However, one shouldn't forget that in the east of Canada, in Ontario, Quebec and the Maritimes, we are value-added processors. We need to support our manufacturers' activities on the international markets.

For SMEs from Quebec, doing business with China is very glamorous. Everyone wants to do business with China: that's the way of the future. Everyone says that we need to go there, that is where there is development, and they ask us why we are not there already. People really insist on that.

dernier. Au contraire, il faut poursuivre nos efforts. Nous n'avons touché que la pointe de l'iceberg. Nous exportons aux États-Unis près de 5 milliards de dollars sur 7 milliards de dollars. C'est énorme.

Un autre élément dont il faut tenir compte est le marché canadien, soit le reste du Canada. Les affaires au Québec représentent 7 milliards de dollars, ce qui n'est pas négligeable. Nous nous inspirons de la philosophie du ministre Moore, soit lever les barrières entre les provinces, encourager le commerce interprovincial et ouvrir de nouveaux débouchés. Nous sommes d'accord avec cette approche. Ainsi, rien n'empêche un cultivateur de canneberges au Québec de vendre son produit à un fabricant de biscuits de l'Alberta, et vice versa. Ces ressources sont une priorité autant au Canada qu'à l'étranger.

L'impact des exportations au Québec est important. Elles contribuent environ 1,2 milliard de dollars à l'économie du Québec, ce qui favorisera bientôt la création d'environ 100 000 emplois. À l'heure actuelle, 90 000 emplois sont tributaires de l'exportation au Québec. Compte tenu des prévisions selon lesquelles les exportations augmenteront en 2015, 2016 et 2017, nous pouvons sans gêne affirmer que de 10 000 à 12 000 nouveaux emplois seront créés dans ce secteur, pour un total de 100 000 emplois au Québec seulement. Si vous faites la multiplication pour le Canada, c'est intéressant.

À l'échelle fédérale, les retombées pour le Québec sont de l'ordre de 750 millions de dollars. C'est un élément très important lorsqu'on considère l'investissement consenti par les gouvernements et le soutien provenant des programmes d'agromarketing pour la mise en marché des produits du Québec.

Par l'entremise d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, le gouvernement fédéral investit 1,1 million de dollars par année dans notre organisation en faveur des manufacturiers. Il s'agit d'un plan quinquennal. Autrefois, nous recevions 1,7 million de dollars. Vous vous demandez sans doute pourquoi nous recevons moins d'argent. C'est parce que nos objectifs ont changé.

Le gouvernement a d'abord accordé la priorité aux marchés en émergence, soit le BRIC : le Brésil, la Russie, l'Inde, la Chine et l'Afrique. Comme nous travaillons, nous, les transformateurs, surtout sur le marché américain, au Japon et sur d'autres marchés, il y avait une certaine dichotomie. Le Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada est en faveur de la vente des commodités du blé, de l'orge et du bœuf partout dans le monde. Nous le faisons dès que l'occasion se présente. Cependant, il ne faut pas oublier que dans l'est du pays, l'Ontario, le Québec et les Maritimes, nous sommes des transformateurs à valeur ajoutée. Il faut soutenir les activités de nos manufacturiers sur les marchés internationaux.

En tant que petite et moyenne entreprise au Québec, faire des affaires en Chine, c'est très « glamour ». Tout le monde veut faire des affaires en Chine. C'est là que s'ouvrent les perspectives d'avenir. On nous dit qu'il faut y aller, que c'est là qu'il y a du développement, et on nous demande pourquoi nous n'y sommes pas. Les gens en beurre épais.

For our China missions, we recruit about 8 to 10 Quebec companies, including 4 maple syrup companies and 3 from the fisheries sector, and that is all. But when there is an activity in Chicago, we recruit 50 or 55 companies. So of course I am not saying that we are not interested in going to those countries, on the contrary, we are very interested. We're in the Middle East, we are everywhere. However, this requires significant financial and human resources for companies, and not everyone can manage it, especially since programs are limited currently. Smaller companies try to do business with more accessible partners rather than spent a lot of money travelling to the other side of the world to try to find new opportunities.

I'm talking about this reality because I believe in the American market. We need to continue working hard there. We work with a large company which does business-to-business work on the American market, which is where companies meet face to face for two or three days. This helps agreements get signed and helps our companies on the American market step up.

With regard to the European market, we need to take measures. We need to do that, because the government has opened up that market. We have a free trade agreement which is currently pending, and we have about two years to position ourselves. If we don't look sharp, the Americans will get in ahead of us. Already we've seen some international reactions, like Japan which is starting to procrastinate, saying, "The Americans are coming in there, so maybe Canada will be less important."

The United States and some European countries have set up committees to monitor non-tariff barriers. In the area of plant health, they have specialized teams that look at what is happening, find ways to get around barriers, get into countries and position themselves. In Canada, we just don't have enough resources. We recommend that the Canadian government allocate additional human resources so we can position ourselves given what's going to happen on the European market.

We are talking about 500 million additional consumers. Of course, it's not going to be easy, and we'll have to work hard, but these are major opportunities for our companies. We need to be there. The Americans are very strong, and the Italians too. They support their companies. People think that export programs are very expensive, that there is not enough money, and they say that we need to be patient. However, international companies are subsidized. The countries that are competing with Quebec and Canada are highly subsidized. When we participate in the SIAL tradeshow in Paris, or other major international fairs, the companies there, whether there are 40, 50 or 100, are fully subsidized, which is not the case for us.

Dans le cadre de nos missions en Chine, nous recrutons environ de huit à dix entreprises au Québec, dont quatre entreprises acéricoles et trois dans le domaine des pêches, et c'est tout. Pourtant, lorsqu'il y a une activité sur Chicago, on recrute 50, 55 entreprises. Alors, évidemment, pour aller sur ces pays, je ne dis pas que cela ne nous intéresse pas, car au contraire, cela nous intéresse; nous sommes au Moyen-Orient, nous sommes partout. Cependant, il faut des ressources humaines et financières importantes pour les entreprises, et ce n'est pas à la portée de toutes, d'autant plus que les programmes sont limités, à l'heure actuelle. Dans le cas des plus petites entreprises, elles tenteront de faire des affaires avec des choses qui leur sont accessibles plutôt que d'aller courir au bout du monde à grands frais pour essayer d'ouvrir des débouchés.

Je vous parle de cette réalité, parce que je crois fermement au marché américain. Il faut y maintenir nos efforts. Nous sommes associés à une grande société qui fait du « B2B » (*business-to-business*) sur le marché américain, où les entreprises se rencontrent face à face pendant deux ou trois jours. C'est un contexte qui favorise la conclusion d'ententes et qui permet aux entreprises sur le marché américain de s'affirmer.

Maintenant, quant au marché européen, nous devons prendre des mesures. Nous devons y voir, parce que le gouvernement a ouvert le marché. Nous avons un accord de libre-échange qui est en suspens, et nous disposons d'environ deux ans afin de nous positionner. Si nous ne faisons pas attention, nous nous ferons déloger par les Américains. Déjà, vous avez pu constater certaines réactions internationales, le Japon qui commence à niaiser avec la rondelle en disant : « Les Américains arrivent, alors peut-être que le Canada sera moins important. »

Les États-Unis et certains pays européens ont établi des comités de surveillance des barrières non tarifaires. Dans le domaine phytosanitaire, ils ont des équipes spécialisées qui s'occupent de vérifier ce qui se passe exactement, de déterminer les moyens de contourner les barrières, d'entrer dans les pays et de s'y positionner. Au Canada, nos ressources ne sont pas suffisantes. Nous recommandons au gouvernement canadien de prévoir des ressources humaines supplémentaires de façon à pouvoir se positionner en prévision de ce qui va se passer sur le marché européen.

Il s'agit de 500 millions de consommateurs de plus. Il est certain que ce ne sera pas chose facile, et nous devons y travailler, mais il offrira des débouchés importants pour nos entreprises. Il faudra être présent. Les Américains sont très forts, et les Italiens aussi. Ils soutiennent leurs entreprises. Les gens trouvent que les programmes de soutien à l'exportation coûtent cher, qu'on n'a pas de budget et pas d'argent, et ils disent qu'il faudra être patients. Cependant, les entreprises internationales sont subventionnées. Les pays qui font concurrence au Québec et au Canada sont subventionnés à grands moyens. Lorsque nous participons au SIAL Paris ou dans les grands salons internationaux, les exposants, qu'il y en ait 40, 50 ou 100, sont entièrement subventionnés, alors que pour nous, ce n'est pas le cas.



Therefore, adjustments need to be made, and our first recommendation is that the government continue to support our efforts on American markets. And obviously, we need to make Europe a priority so that we can position ourselves now on that market.

We recently undertook an important study with the Institut de la statistique du Québec, that provided us with a 150-page report on the situation and context for foreign trade and exports. The report contains important elements which I will not attempt to explain in any detail because only an economist would be able to do that properly.

As I was saying, one important point is that, in terms of total production on the domestic market, Quebec generates approximately \$22 billion. It is therefore self-sufficient, because this is approximately 53 per cent to 54 per cent of what is produced in Quebec. I already spoke to you about sales outside Quebec.

The other point I wanted to make concerns our percentage of imports from the European Union, where we have a significant trade deficit. In fact, European Union sales on our market represent \$1.8 billion per year, whereas our sales represent \$730 million annually. That is an annual difference of \$1 billion, which is not insignificant.

We have to find new methods and ways of correcting this and exporting more to the European market. However, in order to achieve this we need a group strategy. The 10 provinces have to find a platform together that will ensure a strong presence in Europe. We already have a few ideas, more specifically with respect to SIAL Paris, in the fall of 2016. We would like to take advantage of the platform we will have in SIAL Paris in order to create a Canadian happening that will bring together exporters and manufacturers from all Canadian provinces. SIAL attracts 175,000 visitors from 135 countries, and we could seize that opportunity to display our safe food production, to showcase our creativity, and to make sure that the Europeans get an opportunity to see how we do things in Canada and how we can occupy a predominant position on that market.

The number to keep in mind is a \$1 billion-dollar deficit. Thank you.

**The Chair:** Thank you, Mr. Coutu. Ms. Cloutier?

**Sylvie, Cloutier, President and CEO, Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation:** Honourable senators, it is a privilege for me to be here this morning. Thank you. The CTAQ, the Conseil de la transformation agroalimentaire du Québec, is a council of industry players. We are a federation of small industry associations and we represent several sectors, including poultry, maple syrup and bakery products.

Il y a donc un ajustement à faire, et notre première recommandation serait que le gouvernement continue à soutenir nos efforts sur les marchés américains. Quant à l'Europe, évidemment, nous devons en faire une priorité afin de pouvoir nous positionner maintenant sur ce marché.

Nous avons fait, dernièrement, une étude importante avec l'Institut de la statistique du Québec, qui nous a remis un rapport de 150 pages sur la situation et le contexte du commerce extérieur et des exportations. Or, il contient des éléments importants, dont je n'aborderai pas les détails, car seul un économiste serait en mesure de les décortiquer adéquatement.

Comme je le mentionnais, l'un des aspects importants, c'est que, sur la production totale du marché intérieur, le Québec génère environ 22 milliards de dollars. Il est donc autosuffisant, ce qui veut dire environ de 53 à 54 p. 100 de ce qui est produit au Québec. Les ventes à l'extérieur, je vous en ai parlé.

L'autre donnée dont je voulais vous parler, c'est notre pourcentage d'importations de l'Union européenne, où nous affichons un déficit commercial important. En effet, l'Union européenne vend sur notre marché pour 1,8 milliard de dollars par année, alors que nous y vendons 730 millions de dollars par année. Nous accumulons un écart d'un milliard par année, ce qui n'est pas négligeable.

Il faut trouver des méthodes, des façons de remédier à cela et d'exporter davantage vers le marché européen. Cependant, pour le faire, il nous faudra une stratégie de groupe. Il faudra que les 10 provinces s'accordent se donnent une plateforme pour leur permettre d'être très présentes en Europe. Nous avons déjà quelques idées, particulièrement en ce qui concerne le SIAL Paris, à l'automne 2016. Nous voudrions profiter de cette plateforme à SIAL Paris pour faire un grand happening canadien, pour y rassembler les exportateurs et les manufacturiers de toutes les provinces canadiennes. Le SIAL attire 175 000 visiteurs qui proviennent de 135 pays, et nous pourrions saisir l'occasion pour y montrer notre capacité à produire des aliments dans un contexte de salubrité, y illustrer notre créativité et veiller à ce que les Européens puissent voir de quel bois nous nous chauffons au Canada et comment nous pouvons occuper une place prédominante sur ce marché.

Le chiffre à retenir, c'est un milliard de dollars de déficit. Merci.

**Le président :** Merci, monsieur Coutu. Madame Cloutier?

**Sylvie Cloutier, présidente-directrice générale, Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation :** Honorables sénateurs, c'est un privilège pour moi d'être ici ce matin, et je vous remercie. Tout d'abord, le CTAQ, le Conseil de la transformation agroalimentaire du Québec, est une consolidation des forces de l'industrie. Nous sommes une fédération de petites associations sectorielles et nous représentons plusieurs secteurs, y compris la volaille, le sirop d'érable et la boulangerie.

The CTAQ's mission is to represent and promote the industry's interests. Our members account for approximately 80 per cent of the annual sales of the agri-food industry in Quebec, in other words, approximately \$18 billion or \$19 billion out of the \$24 billion total.

As you said, the food processing industry is the most important manufacturing sector in Canada and in Quebec; it is our best kept secret. It is responsible for 259,000 jobs in Canada. Furthermore, the food processing industry represents 16 per cent of the manufacturing sector, 17 per cent of the manufacturing jobs in Canada, and it generates revenues of \$103 billion, or 6.7 per cent of Canada's GDP. We tend to underestimate the importance of the agri-food sector, but obviously it is much more important than the aeronautics or transportation sectors in Canada and in Quebec.

Our trade balance — and Mr. Coutu briefly referred to this — has been in a surplus position for the past 20 years. In 2014, it peaked at \$14.5 billion, or 14 per cent of the industry's \$104 billion in estimated revenues. Canada exports \$56 billion and imports \$41 billion.

Quebec's trade surplus reached \$450 million in 2013, 2 per cent of total manufacturing shipments estimated at \$24 billion. Exports were \$6.1 billion and imports were \$5.6 billion.

Canada's trade surplus has grown over the past 20 years; following a dip in 2009, the trade surplus exceeded the 2008 peak in 2014. When you break down the trade balance, on the other hand, you realize that not all products are in a surplus position.

I am now going to give the floor to my colleague who will continue our remarks.

**Dimitri Fraeys, Vice-President Innovation and Economic Affairs, Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation:** Good morning. I have handed out some coloured graphs to make it easier for you to follow.

The live animals and animal products category has a \$7.5 billion surplus. That is the red line. If you break down the trade balance into four separate categories — that is the second chart — you can see that the second line, the purple line, the fats and oils category, also has a \$2 billion surplus. The green line also has a trade surplus; that is the vegetable products category and it represents a \$12.7 billion surplus.

On the other hand, the small line at the bottom which keeps going down represents the food products and beverages category, in other words everything that is manufactured and processed.

La mission du CTAQ est de représenter les intérêts de l'industrie et d'en faire la promotion. Nos membres représentent environ 80 p. 100 du volume d'affaires annuel de l'industrie agroalimentaire du Québec, ce qui équivaut à environ 18 ou 19 milliards sur 24 milliards de dollars.

Comme vous l'avez dit, l'industrie de la transformation des aliments est le premier secteur manufacturier en importance au Canada et au Québec; c'est le secret le mieux gardé. Cela représente à l'échelle canadienne 259 000 emplois. En outre, le secteur des aliments représente 16 p. 100 du secteur manufacturier et 17 p. 100 des emplois manufacturiers du pays, et génère des revenus à l'échelle canadienne de 103 milliards de dollars, soit 6,7 p. 100 du PIB canadien. On a tendance à sous-estimer beaucoup le secteur agroalimentaire, mais, évidemment, il est beaucoup plus important que le secteur aéronautique ou des transports à l'échelle canadienne ou québécoise.

La balance commerciale — M. Coutu a effleuré le sujet — est positive depuis les 20 dernières années. En 2014, elle a atteint le sommet de 14,5 milliards de dollars, soit 14 p. 100 des revenus de l'industrie estimés à 104 milliards de dollars. Les exportations canadiennes sont de 56 milliards de dollars, et les importations, de 41 milliards de dollars.

Au Québec, la balance commerciale a atteint 450 millions de dollars en 2013, soit 2 p. 100 du total des livraisons manufacturières estimées à 24 milliards de dollars. Les exportations étaient de 6,1 milliards de dollars, et les importations, de 5,6 milliards de dollars.

La balance commerciale du Canada a connu une croissance au cours des 20 dernières années; après une diminution en 2009, la balance a dépassé, en 2014, le sommet atteint en 2008. Lorsqu'on décortique les détails liés à la balance commerciale, par contre, on se rend compte que ce ne sont pas tous les produits qui sont en positif.

Je vais maintenant céder la parole à mon collègue qui poursuivra la présentation.

**Dimitri Fraeys, vice-président, Innovation et Affaires économiques, Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation :** Bonjour. Je vous ai distribué des graphiques en couleur pour que ce soit plus facile à suivre pour vous.

La catégorie des animaux et des produits d'animaux est positive à 7,5 milliards de dollars. C'est la courbe rouge. Si on décortique la balance commerciale en quatre secteurs différents — c'est le graphique n° 2 —, la deuxième courbe, la courbe violette, la catégorie des matières grasses, est également positive de 2 milliards de dollars. La courbe verte est aussi positive; c'est la catégorie des produits végétaux, et elle est positive de 12,7 milliards de dollars.

Par contre, la catégorie des produits de fabrication alimentaires — la petite courbe vers le bas qui n'arrête pas de descendre, c'est la catégorie de fabrication des produits

This category has had a trade deficit for several years which reached \$7.7 billion in 2014. Exports are \$13 billion and imports are \$21 billion. That is for all of Canada.

Even if the overall trade balance appears to be in a surplus position, the trade balance of processed food products, the products that have a value, is decreasing, and what we export is mainly raw material. I will go into further detail depending on your questions.

I have tried to break this down and to give you the key reasons for this trade deficit for food products and beverages in Canada.

As you know, the economic environment has changed significantly since the 2008 recession. There has been an economic slowdown, and a fluctuating Canadian dollar. When the dollar goes down, it is good for exports, but it is not as good for purchasing cutting-edge equipment. There is increased competition from imports, which also explains the decrease in the trade balance. Higher input costs have also had a huge impact on margins. I will go into a little more detail later.

The third chart shows why companies have found it difficult to export. Quebec's margin — the small blue line at the bottom — is still lower than the Canadian average, which is the green line in the middle, and the Ontario margin is still higher than the average. There is a reason for this. In Quebec, 85 per cent of companies are small businesses with fewer than 50 employees, whereas in Ontario, there are more subsidiaries of larger multinationals which are able to sustain larger margins.

Another very important factor is the increase in input costs over the past 10 years. I would ask you to look at the fourth chart. The dotted line represents the increase in the CPI; that is what you pay at the grocery store when you buy your products, your drinks, and other items for your meals. That is increasing.

The yellow line represents retail products and the dotted red line represents agricultural products. You can see that agricultural inputs — the small red dots — have been increasing over the past five years.

On the other hand, the blue line at the bottom, which represents the price of processed products, has increased, but it has been stable over the past few years. This is for a few different reasons. One is that companies have had trouble in passing on higher costs to the distributors, retailers and consumers.

There is another reason for companies having trouble exporting. As you know, a few years ago, Canada withdrew the ability for companies to use the "product of Canada" label. The

alimentaires et de boissons, donc tout ce qui est manufacturier et transformé. Ce secteur est déficitaire depuis de nombreuses années et a atteint 7,7 milliards de dollars en 2014. En fait, les exportations sont de 13 milliards de dollars et les importations de 21 milliards de dollars. C'est pour l'ensemble du Canada.

Même si on a l'impression que la balance commerciale globale est positive, la balance commerciale des produits manufacturiers, ceux qui ont une valeur, est en décroissance, et ceux qu'on exporte sont principalement des matières premières. Je pourrai y revenir plus en détail en fonction de vos questions.

J'ai essayé de décortiquer la question et de vous présenter des facteurs clés afin d'expliquer les raisons pour lesquelles il y a un déficit commercial de la balance commerciale sur les boissons et produits transformés au Canada.

Comme vous le savez, l'environnement économique a beaucoup changé depuis la récession de 2008. Il y a un ralentissement économique et des fluctuations du dollar canadien. Lorsque le dollar baisse, c'est bon pour exporter, mais c'est moins bon pour acheter des équipements de pointe. La concurrence des produits importés est en croissance, ce qui explique la diminution de la balance commerciale. La hausse des coûts des intrants est également un facteur qui influence énormément la marge. J'y reviendrai un peu plus tard en détail.

Le graphique n° 3 illustre l'un des éléments qui expliquent la raison pour laquelle les entreprises ont de la difficulté à exporter. La marge du Québec — la petite ligne en bleu en bas — est toujours inférieure à la moyenne du Canada, qui est la ligne verte au milieu, et la marge de l'Ontario est toujours supérieure à la moyenne. Il y a des raisons à cela. Au Québec, 85 p. 100 des entreprises sont des PME de moins de 50 employés, tandis qu'en Ontario, on retrouve beaucoup plus de filiales d'entreprises multinationales qui ont plus de moyens pour dégager des marges supérieures.

Un élément qui est aussi très important est la hausse du coût des intrants depuis les 10 dernières années. Je vous invite maintenant à examiner le graphique n° 4. La ligne en pointillé représente l'augmentation de l'IPC; c'est ce que vous payez à l'épicerie lorsque vous achetez vos produits, vos boissons et autres pour les repas. C'est en croissance.

La ligne jaune représente les produits au détail, et la ligne en pointillé rouge représente les produits agricoles. On se rend compte que les intrants agricoles — les petits pointillés rouges — sont en croissance depuis les cinq dernières années.

Par contre, la ligne en bas qui est la ligne bleue, l'indice des prix des produits transformés, a augmenté, mais elle est stable depuis les dernières années. Cela s'explique par différents facteurs. L'un des éléments est le fait que les entreprises ont de la difficulté à transférer les augmentations de leurs coûts vers les distributeurs, les détaillants et les consommateurs.

Un autre élément explique aussi pourquoi les entreprises ont un peu plus de difficulté à exporter. Comme vous le savez, il y a quelques années, le Canada a retiré la possibilité d'indiquer la

requirement for products to contain 98 per cent Canadian content eliminated just about all possible products, besides maple syrup. This is an important factor to consider in crafting an export strategy, that is the ability to use the “product of Canada” label. Perhaps the 98 per cent could be reduced to 85 per cent, as is the case for product of Quebec labelling.

Another reason why exports are very high is that the food inspection export rules are not as stringent as those for imports. For example, in the case of duck products coming from Europe, the rules are very strict for the first few months, during which 100 per cent of the products are inspected. However, once the importers have proven their reliability, then 1 out of 10 products are inspected, where as in Canada, 100 per cent of the meat is inspected every day on an ongoing basis.

Another important factor, as Mr. Coutu mentioned, is that businesses need labour. In Canada, we use skilled and less-skilled labour. The overhaul of the Temporary Foreign Worker Program came into effect on May 1 and it severely limits the ability of businesses to bring workers into their plants.

Those are some of the points I wanted to share with you. We would be happy to answer your questions at this point.

**Senator Maltais:** Ladies and gentlemen, welcome once again. I am pleased to have you with us. You represent a significant part of the economy, both the Quebec and Canadian economies. You have brought up some very interesting points. I am interested in the anachronisms that you have raised because they are important.

Let us talk about Canada first. Over the past four years, the Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry has done a lot of work on the removal of tariff barriers. We managed to do it with wine, and we want to continue because we have seen that this is a huge problem from Newfoundland and Labrador to British Columbia. Before we attempt to spread the good news in other countries, we should be starting right here by removing the fences along our borders, for all products.

There are three areas in Canada: the eastern part of Canada, the central part of Canada and the western part. Canada does not produce the same things everywhere. In Quebec — and I come from Quebec — we have a very diverse agricultural sector which you don't necessarily find in the western part of Canada. There is also a very diverse agricultural sector in Ontario and in the Maritimes. You talked about the Chinese market. Western

mention « produit du Canada ». À partir du moment où on exige que 98 p. 100 des produits soient d'origine canadienne, cela a éliminé à peu près tous les produits possibles, à part le sirop d'érable. C'est un élément important à considérer lorsqu'on voudra élaborer une stratégie d'exportation, soit la possibilité d'indiquer « produit du Canada ». Peut-être pourrait-on réduire à 85 p. 100 le taux de 98 p. 100, comme c'est le cas, par exemple, pour Aliments du Québec.

Une autre raison pour laquelle les exportations sont très élevées, c'est que les règles d'exportation du point de vue sanitaire sont moins exigeantes que pour les importations. Par exemple, dans le cas de l'importation de produits de canard qui viennent d'Europe, on remarque que les règles sont très sévères, pendant les premiers mois, où 100 p. 100 des produits sont inspectés. Toutefois, à partir du moment où les importateurs ont démontré leur sérieux, c'est un échantillonnage de 1 sur 10 qui est inspecté, alors qu'au Canada, 100 p. 100 de la viande est inspectée tous les jours, continuellement.

Un autre facteur important, comme M. Coutu l'a mentionné, c'est que pour exporter, il faut de la main-d'œuvre. Au Canada, on utilise de la main-d'œuvre qualifiée et de la main-d'œuvre peu qualifiée. La réforme du Programme des travailleurs étrangers temporaires entrée en œuvre le 1<sup>er</sup> mai limite énormément la capacité des entreprises à trouver des employés qui leur permettent d'exploiter leurs usines.

C'est un certain nombre d'éléments que je voulais partager avec vous. Nous sommes maintenant prêts à répondre à vos questions.

**Le sénateur Maltais :** Madame, messieurs, je vous souhaite la bienvenue encore une fois. Je suis heureux de vous voir. Vous représentez une partie importante de l'économie, autant l'économie québécoise que canadienne. Vous avez souligné des faits très intéressants. Ce qui m'intéresse, ce sont les anachronismes que vous avez soulignés, parce que c'est important.

Nous allons parler d'abord du Canada. Ici, depuis au moins quatre ans, le Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts fait beaucoup d'efforts en faveur de l'abolition des barrières tarifaires. Nous sommes parvenus à le faire avec le vin, et nous voulons continuer, parce que nous avons constaté, de Terre-Neuve-et-Labrador à la Colombie-Britannique, que c'est un gros problème. Avant de commencer à prêcher la bonne nouvelle dans les autres pays, nous devrions commencer par nous entendre chez nous pour enlever les clôtures le long de nos frontières, et ceci, pour tous les produits.

Il y a trois parties au Canada : la partie est du Canada, la partie centrale et la partie à l'ouest. Le Canada ne produit pas unilatéralement. Au Québec, en particulier — et je viens du Québec —, nous avons une agriculture très diversifiée, ce qu'on ne retrouve pas nécessairement dans l'Ouest canadien. Il y a aussi une agriculture diversifiée en Ontario et dans les Maritimes. Vous avez parlé du marché de la Chine. Bien sûr, pour l'Ouest

Canada produces grains, beef and pork and therefore it is easy to penetrate the Chinese market because these are mass-produced food, if you will.

However the situation is not the same in the case of more refined products, if I can call it that, because we are competing with countries that have a 1000-year-old agricultural industry, and ours is only about 400 years old. There is a whole revolution taking place in the agricultural and processing sector.

Ms. Cloutier, when you were speaking about processing you were saying that the higher the quality, the more costly it is. The two are related. The more expensive the product, the more difficult it becomes to export. We have to strike a balance with our imports. We do not import many basic products into Canada; we produce enough wheat, beef, pork, poultry and eggs.

How, today, in 2015, can highly processed food production in Quebec compete with Europe, for example?

**Raymond Dupuis, Economist and Strategic Advisor, Agri-Food Export Group Québec-Canada:** Perhaps I could answer. First, thank you for having us.

When we speak to businesses developing on both sides of the Atlantic, there is no doubt in my mind that our products are highly competitive. Take labour costs to begin with. In Europe, the cost of labour is very high, as well as energy costs. In terms of primary resources, inputs, et cetera, we are very competitive.

As Mr. Coutu said earlier, an agreement that will come into effect in 2017 will be negotiated. Tariff barriers will be reduced, which is excellent, but we have now entered another era at all levels of negotiations. We are in a post-tariff era. The problem will be the non-tariff barriers: sanitary and phytosanitary measures, technical trade barriers, et cetera.

When we are talking about competitiveness or real access to markets that will be opening up, that is what we will need to focus on. There are two parts to this: we will have to develop a market offensive and assist our businesses in getting off to a very strong start, because we are two years behind the Americans in terms of agreements with Europe, and the Trans-Atlantic Trade Investment Partnership, TTIP, which will come after the ongoing discussions on the Trans-Pacific Partnership. I do not want to confuse things, but that is the situation. We have about two years to position ourselves on that market. Do we believe that we can be competitive? Yes, but we have to make sure we have all the right tools. Those tools include market development but also expertise, which we have to make sure we have. We have expertise in Canada, but not to the extent of the United States and Europe . . . Europe in particular has a system called Trade Defence, whose mandate is to examine technical barriers to trade,

canadien, avec les céréales, le bœuf, le porc, il est facile de pénétrer le marché de la Chine, parce que ce sont des aliments de masse, si on peut dire.

Cependant, dans le cas des produits manufacturiers fins, si on peut dire, ce n'est plus la même chose, parce que nous sommes en concurrence avec des pays qui ont une industrie agricole vieille de 1 000 ans et plus, alors que la nôtre a à peine 400 ans d'histoire. C'est toute une révolution qui se fait dans le domaine de l'agriculture et de la transformation.

Vous avez parlé de transformation, madame Cloutier, à savoir que plus la transformation est de qualité, plus elle coûte cher. C'est interrelié. Plus elle coûte cher, plus elle devient difficile à exporter. Il faut donc atteindre cet équilibre avec nos importations. On n'importe pas beaucoup de produits de base au Canada; on produit assez de blé, de bœuf, de porc, de poulet et d'œufs.

Comment, aujourd'hui, en 2015, la production au Québec de produits hautement transformés peut-elle s'avérer compétitive, par rapport à l'Europe, par exemple?

**Raymond Dupuis, économiste et conseiller stratégique, Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada :** Je pourrais apporter un élément de réponse. Merci de nous accueillir, tout d'abord.

Lorsque nous parlons aux entreprises qui évoluent des deux côtés de l'Atlantique, il ne fait aucun doute dans mon esprit que nos produits sont hautement compétitifs. Pensons d'abord aux coûts liés à la main-d'œuvre. En Europe, les coûts de main-d'œuvre sont très élevés, ainsi que les coûts liés à l'énergie. Par rapport au coût lié à nos ressources primaires, aux intrants, et cetera, nous sommes très concurrentiels.

Comme le mentionnait M. Coutu tout à l'heure, un accord qui entrera en vigueur en 2017 sera négocié. Les barrières tarifaires ont été réduites, ce qui est excellent, mais nous sommes maintenant dans une autre ère à tous les niveaux de négociation. Nous sommes dans une ère post-tarifaire. Là où le bât risque de blesser, c'est là où il y a des barrières non tarifaires : les mesures sanitaires et phytosanitaires, les obstacles techniques au commerce, et cetera.

Lorsqu'on parle de compétitivité ou d'accès réel aux marchés qui vont s'ouvrir, c'est là que cela va se passer. Il y a deux éléments : un selon lequel nous devons faire une offensive de développement de marché et aider nos entreprises à faire une entrée la plus vigoureuse possible dès le départ, parce que nous accusons deux ans de retard avec les Américains avant qu'ils négocient leurs accords avec l'Europe, le Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP), qui suivra les discussions en cours dans le cadre du Partenariat transpacifique. Je ne veux pas mêler les choses, mais c'est le jeu. Nous avons à peu près deux ans pour nous positionner sur ce marché. Croyons-nous que nous pouvons être compétitifs? Oui, mais nous devons veiller à nous doter des outils nécessaires. Les outils, c'est le développement du marché, c'est une partie de la réponse, et nous devons nous assurer également d'avoir de l'expertise. Nous avons de l'expertise au Canada, mais les États-

non-tariff barriers, and to then take steps, if necessary, if one of their businesses is having problems with other trade partners. It examines the situation and if there is a breach of the agreement, then measures are taken. We do not have a system like that. Furthermore, the partners we are talking about are the Americans and the Europeans. This is very important, and the work has to be done at the government level, at the federal level, and in some cases, at the federal-provincial level.

**Ms. Cloutier:** I would also add that innovation is at the heart of product exports. In Quebec and in Canada, we are known for quality food products but we have to remain competitive. One of the keys to that is innovation.

How can we help our Canadian businesses innovate in a way that will help them remain competitive on their markets but also to provide added-value products? We already have a reputation that outstrips many countries all around the world. Several countries want Canadian products because of our reputation which is connected to water, forests and nature. Canada must give itself the tools it needs to remain competitive in terms of innovation, technological transfer, and equipment in order to continue exporting products of equal value.

**Mr. Fraeys:** With respect to innovation, tax credits for research and development are very important. That is a great tool for businesses; however, they are becoming less and less available to processing businesses because they do a lot of product development and they improve products that are already on the market. The CRA's tax credits do not consider product development as being eligible for tax credits, and this is taking a very important financial tool away from businesses. So that is one interesting factor. If it were possible to grant tax credits for new product development, that would provide another tool. Furthermore, tax credits are considered to be green box support and not tariff barriers.

**Senator Maltais:** Bit by bit you have managed to open the door to the American market. We know that Americans are very protectionist, much more than we or the Europeans are. I am sure you could also do this in Europe.

I would like you to send us two or three of the points you discussed with us, that you raised, simply so that we can continue to work on them. The committee's study this year has dealt with innovation in agriculture. You have raised some very important points. If you could send them to our clerk it would be very useful to our work.

Unis et l'Europe... notamment l'Europe a un système qui s'appelle Trade Defence qui a été mis en place et dont le mandat est d'examiner les obstacles techniques au commerce, les barrières non tarifaires, et de prendre des mesures, si nécessaire, si l'une de ses entreprises se trouve en situation difficile avec d'autres partenaires commerciaux. Il évalue la situation et, si cela enfreint les accords, il prend des mesures. Ici, nous n'avons pas de tel mécanisme. De plus, les partenaires dont on parle ce sont les Américains et les Européens. C'est très important, et il faut que cela se fasse au niveau de l'État, à l'échelle fédérale et fédérale-provinciale dans certains cas.

**Mme Cloutier :** Je pourrais ajouter un autre élément, et c'est que l'innovation est au cœur de l'exportation de nos produits. Au Québec ou au Canada, nous sommes reconnus pour avoir des produits alimentaires de qualité, mais nous devons demeurer concurrentiels. L'un des éléments, c'est l'innovation.

Comment pouvons-nous permettre à nos entrepreneurs canadiens d'innover de façon à demeurer concurrentiels sur les marchés, mais surtout d'avoir des produits à valeur ajoutée? Nous avons déjà une réputation qui dépasse celle de plusieurs pays sur la planète. Plusieurs pays recherchent les produits canadiens de par cette réputation liée à l'eau, aux forêts et à la nature. Le Canada doit se doter des outils qui lui permettront de demeurer concurrentiel en matière d'innovation, de transferts technologiques et d'équipement afin de pouvoir continuer à exporter des produits à valeur égale.

**M. Fraeys :** Lorsqu'on parle d'innovation, les crédits d'impôt pour la recherche et le développement sont très importants. Il s'agit d'un très bel outil pour aider les entreprises; pourtant, ils sont de moins en moins accessibles aux entreprises de transformation, étant donné qu'elles font beaucoup de développements de produits, et qu'elles améliorent les produits déjà en marché. Les crédits d'impôt de l'ARC ne reconnaissent pas le développement de produits comme étant admissible aux crédits d'impôt, ce qui enlève un outil financier très important pour les entreprises. Donc, c'est un élément intéressant. S'il était possible de donner accès aux crédits d'impôt pour le développement de nouveaux produits, cela permettrait de disposer d'un outil et, de plus, les crédits d'impôt sont considérés comme une boîte verte et non comme une barrière tarifaire.

**Le sénateur Maltais :** Vous avez été en mesure, petit à petit, d'ouvrir une fenêtre en pénétrant un marché aux États-Unis. On sait que les Américains sont très protectionnistes, beaucoup plus que nous ou que les Européens. Je suis sûr que vous pourrez le faire en Europe.

J'aimerais que vous nous envoyiez deux ou trois points dont vous avez discuté, que vous avez lancés, mais simplement pour nous permettre d'y travailler. L'étude du comité cette année porte sur l'innovation en agriculture. Vous avez soulevé des points fort importants. Si vous pouviez les transmettre à notre greffier, cela nous serait très utile pour nos travaux.

**Senator Tardifs:** Thank you for your very interesting remarks.

I would like to continue on the topic of Europe. Mr. Coutu, you said that the European market is very important for Canadians, especially for the agri-food industry in Quebec, but that in order to penetrate the European market more human resources, or resources in general, were needed. If I understood you correctly, one of your recommendations is that the federal government invest more in resources that can help you in your work on the European market.

Could you be a little more specific about what it is you would like?

**Mr. Coutu:** Thank you. Your question is a very relevant one. I will answer in two parts, based on what we were talking about earlier with respect to a committee or a group that would examine non-tariff measures. We do a considerable amount of work with our embassies and consulates abroad on market development. However, it often happens that there are no agri-food experts involved in this work. These are people who work across many sectors. When you are a commercial attaché in Paris, in Germany, anywhere, and half of Canada needs advice from you, needs you to find distribution networks, to undertake studies or group consultations, you can often lose track because there are only 24 hours in a day and you cannot deal with every single issue. One of our recommendations would definitely be to have agri-food experts in those key countries where we want to increase our presence.

If our research shows us that we should be doing business in Germany rather than France or Italy or elsewhere, depending on the products we want to sell, on the product category and markets we want to penetrate, we need to have an agri-food expert on the ground who can do strategic intelligence work and tell Canadians about those market opportunities, distribution networks, appropriate ingredients in the food industry, or elsewhere. We have to do this. The free trade agreement will include all European countries and we can't be running from one end to the other of Europe without knowing exactly where we should begin. We need to identify a priority market and then take the necessary steps to support the work of Canadian associations who will want to do business. This could be a public-private initiative. Industry could set aside a type of fund and make sure that they have someone on the ground in Europe who can provide that information. We cannot go do the work in a haphazard fashion, and the government could very well provide resources for that.

**Ms. Cloutier:** In terms of investing in the food processing sector, it is important to point out that we are the most important manufacturing sector in Canada and in Quebec. However, contrary to other manufacturing sectors, we fall under the Department of Agriculture and not the Department of Economic Development.

**La sénatrice Tardif :** Merci pour vos présentations qui étaient des plus intéressantes.

J'aimerais poursuivre sur la question de l'Europe. Monsieur Coutu, vous avez indiqué que le marché européen est très important pour les Canadiens, surtout pour l'industrie agroalimentaire du Québec, mais que, pour percer le marché européen, il fallait davantage de ressources humaines ou de ressources. L'une de vos recommandations, si j'ai bien compris, propose que le gouvernement fédéral investisse davantage dans les ressources pour appuyer vos démarches sur le marché européen.

Pouvez-vous préciser davantage ce que vous désirez de façon plus concrète?

**M. Coutu :** Merci. Votre question est très pertinente. J'y répondrais en deux étapes, d'une part, en fonction de ce dont nous avons discuté tout à l'heure en ce qui a trait à un comité ou à un groupe qui se pencherait sur les mesures non tarifaires. En termes de développement de marché, nous travaillons beaucoup avec nos ambassades et nos consulats à l'étranger. Cependant, il arrive que, dans plusieurs de ces antennes, il n'y ait pas de spécialistes agroalimentaires. Ce sont des gens multisectoriels. Lorsque vous êtes un attaché commercial à Paris, en Allemagne, ou ailleurs, et que la moitié du Canada s'adresse à vous pour obtenir des conseils et pour trouver des réseaux de distribution, pour faire des études ou des groupes de consultation, souvent, ils perdent le fil, parce qu'il y a 24 heures dans une journée et qu'ils ne peuvent pas s'occuper de tous les dossiers. L'une de nos recommandations serait certainement d'avoir des spécialistes agroalimentaires en poste dans les pays clés au sein desquels nous souhaitons faire des efforts de développement.

Si un travail de recherche nous démontre que nous devrions commencer par faire des affaires en Allemagne plutôt qu'en France ou en Italie ou ailleurs, dépendamment des produits qu'on veut y vendre, de la catégorie de produits, des marchés à percer, il faut avoir une antenne sur place spécialisée en agroalimentaire qui puisse faire de la veille stratégique et aviser les Canadiens des opportunités liées à tel marché, dans tel réseau de distribution, avec tels ingrédients dans le service alimentaire ou ailleurs. Il faudra le faire. L'accord de libre-échange englobe tous les pays européens, et nous ne pourrions pas courir de gauche à droite en Europe sans savoir exactement par où commencer. Il faudra donc cerner un marché prioritaire et prendre les mesures qui s'imposent pour soutenir les activités des associations canadiennes qui voudront y faire des affaires. Il pourrait s'agir d'une mesure publique-privée. L'industrie pourrait aussi prévoir un type de fonds et s'assurer qu'il y aura une antenne en Europe qui pourra nous transmettre ces renseignements. On ne peut pas y aller au hasard, et le gouvernement pourrait très bien fournir des ressources en ce sens.

**Mme Cloutier :** En matière d'investissement dans le secteur de la transformation des aliments, il est important de savoir que nous sommes le premier secteur manufacturier en importance au Canada et au Québec. Pourtant, contrairement à tous les secteurs manufacturiers, nous relevons du ministère de l'Agriculture et non pas du ministère du Développement économique.

Therefore, right from the outset we do not necessarily have access to industrial manufacturing resources, whether Canadian or Quebec resources. This has always been the case. We fall under the Department of Agriculture even though we are a manufacturing sector with the same needs as all the other manufacturing sectors in terms of innovation and investment into new equipment.

I think that Canada and Quebec should begin by putting the food processing sector at the heart of their economic development strategy.

**Mr. Dupuis:** To add to what Mr. Coutu was saying earlier, I'd like to show you how important the European market is, for your information. The European market imports \$2,300 billion worth of product, which is more than Canada's GDP, which is \$1,800 billion.

In the agri-food sector, European imports represent \$130 billion. Total Canadian exports are approximately \$50 billion, and Quebec's exports represent \$7 billion. That gives you an idea of the size of the potential market. Once again, I repeat the message. We have to put our efforts into that market.

**Senator Tardif:** Ms. Cloutier, you referred to the trade deficit in some food processing industries. One of the witnesses who appeared before this committee told us that it was difficult for small and medium size businesses to find the necessary funds for research and development. Obviously this is related to innovation.

What kinds of measures could be taken to assist SME's in becoming more competitive and ultimately being able to acquire their share of global markets?

**Ms. Cloutier:** First of all, I would say that the agri-food sector has to have the necessary programs and expertise and it has to be at the centre of our economic development strategy. Mr. Fraeys said earlier that tools such as tax credits that currently exist for research and development are practically unavailable for food processors. So the current legislation needs to be corrected.

Secondly, we need more support for the sector when it comes to innovation. For example, in Quebec, there was a total amount of a billion dollars. We asked the government to earmark the value of the agri-food sector to the Quebec GDP within that amount in order to help companies, to support them with technological and scientific monitoring, for best practices, and, of course, from modernizing equipment in Canada, in order to allow companies to be more competitive.

En partant, nous n'avons pas nécessairement accès aux ressources industrielles manufacturières, tant canadiennes que québécoises. C'est historique. Nous avons toujours relevé du ministère de l'Agriculture, bien que nous soyons un secteur manufacturier qui a les mêmes besoins que tous les autres secteurs manufacturiers en matière d'innovation et d'investissements pour l'achat de nouveaux équipements.

Donc, je pense qu'il faut, au départ, que le Canada et le Québec placent le secteur de la transformation des aliments au cœur de leur stratégie de développement économique.

**M. Dupuis :** En complément à ce que M. Coutu disait tantôt, j'aimerais démontrer l'importance du marché européen, à titre de renseignement. Le marché européen importe 2 300 milliards de dollars, ce qui représente plus que le PIB du Canada, qui se chiffre à 1 800 milliards.

Dans le secteur agroalimentaire, les importations européennes se chiffrent à 130 milliards de dollars. Les exportations totales du Canada représentent environ 50 milliards, et celles du Québec, 7 milliards de dollars. Vous voyez l'ampleur du marché potentiel qu'il y a. Encore une fois, on répète le même message, mais il faut faire des efforts quant à ce marché.

**La sénatrice Tardif :** Madame Cloutier, vous avez parlé du déficit commercial de certaines industries dans la transformation alimentaire. L'un des témoins qui ont comparu devant le comité a indiqué qu'il était difficile, pour les petites et moyennes entreprises, de trouver suffisamment de fonds à consacrer à la recherche et au développement. Évidemment, cela touche le thème de l'innovation.

Quelles mesures pourrait-on prendre pour aider les PME à être plus compétitives et, finalement, à aller chercher davantage leur part du marché mondial?

**Mme Cloutier :** Premièrement, je vous dirais qu'il faudrait prévoir les programmes et l'expertise nécessaires au sein du secteur agroalimentaire et placer le secteur au centre de notre stratégie de développement économique. Évidemment, M. Fraeys l'a soulevé tout à l'heure, les outils tels que les crédits d'impôt qui existent actuellement dans le domaine de la recherche et du développement sont presque inaccessibles aux transformateurs alimentaires. Il y a donc des correctifs à apporter à la loi actuelle.

Deuxièmement, il faut apporter un appui plus important au secteur en matière d'innovation. Par exemple, au Québec, il y avait une enveloppe totale d'un milliard de dollars. On demandait à ce que le gouvernement réserve la valeur du secteur agroalimentaire au PIB québécois à l'intérieur de cette enveloppe budgétaire afin d'aider les entreprises, de les appuyer dans le cadre des veilles technologiques et scientifiques, des meilleures pratiques et, évidemment, de la mise à niveau des équipements au Canada dans le but de les amener à un niveau concurrentiel plus élevé.



**Senator Dagenais:** About the Chinese market, I think Mr. Coutu explained that very well. It is all very well to go do business on the other side of the planet, but there are high costs that come with it.

It is hard to get into the Chinese market. Is it because the Chinese are too protectionist or because it is hard to approach them? It is not easy to do business with the Chinese. Of course, it is expensive, but maybe it is also their way of doing business that is difficult.

**Mr. Coutu:** Well, of course, there are cultural factors. Novice exporters often make the mistake of thinking that because you sell chocolate milk in Montreal, you can sell it in China. That is not true at all. You always need to bear that in mind.

Moreover, it is just so far away. Doing business with Hong Kong, Shanghai, or Beijing, is far and expensive. You need to send products by specialized transportation. You need to work with other languages, with other currencies. You need to set up distribution networks. You need to make sure that the cold chains are there to maintain food quality. You need to be able to work with very competitive margins, because there are German competitors there who have been there for several years. There are also the French who are there with the Carrefour chain. So there are major competitors who are very well positioned there.

It is much harder for SMEs to find space in their budgets for market development. I am not saying it is impossible, but I am saying that when they have to choose between China and the United States, they are going to choose the United States. It is probably because there is less effort required. It is not easy to break into any market, but some are certainly easier to approach.

When we go to China, we carry out two or three activities yearly in international fairs, particularly with seafood companies, sometimes with maple syrup companies, and sometimes we manage to bring a processed foods company, like with pasta or something else.

But it is not a naturally attractive market. It is a promising market, a little bit like India. There is a growing population of clients with the financial means to buy added-value products. I myself worked in China for several years and represented Quebec companies there. Apart from the challenges I already mentioned, there were challenges related to compliance and product approval.

Moreover, at the time, you needed to know the right people to make things move forward, if you know what I mean. It was not easy. You need to have human resources, like translation services. That is not within everyone's reach.

**Le sénateur Dagenais :** On a parlé du marché chinois, et je pense que M. Coutu l'a très bien expliqué. Il est beau d'aller au bout du monde pour y faire des affaires, mais il y a des coûts qui y sont rattachés.

Il est tout de même difficile de percer le marché chinois. Est-ce parce qu'ils sont trop protectionnistes ou parce qu'ils sont difficiles d'approche? Il n'est pas facile de transiger avec ces gens. Évidemment, c'est coûteux, mais c'est peut-être leur façon de faire du commerce qui est difficile.

**M. Coutu :** Évidemment, les premiers facteurs, ce sont des facteurs culturels. Les exportateurs débutants font souvent l'erreur de penser que, parce qu'on vend du lait au chocolat à Montréal, on pourra en vendre en Chine. Il n'y a rien de plus faux. Il y a toujours cet élément à considérer.

Deuxièmement, ce n'est pas à la porte. Aller faire des affaires à Hong Kong, Shanghai ou Beijing, c'est loin et c'est coûteux. Il faut envoyer les marchandises par transport spécialisé. Il faut travailler dans d'autres langues, avec des devises étrangères. Il faut mettre sur pied des réseaux de distribution. Il faut s'assurer que les chaînes de froid sont là pour le maintien de la qualité de la nourriture. Il faut être en mesure de travailler avec des marges très compétitives, parce qu'on a des compétiteurs allemands qui sont installés sur place depuis plusieurs années. Il y a les Français qui y sont également avec les chaînes Carrefour. Donc, on a des compétiteurs importants qui sont bien positionnés.

C'est beaucoup plus difficile pour les PME de consacrer leurs budgets au développement de ce marché. Je ne dis pas que c'est impossible; je dis que, lorsqu'elles ont le choix entre la Chine et les États-Unis, forcément, elles vont choisir les États-Unis. C'est peut-être parce que l'effort demandé est moindre. En fait, aucun marché n'est facile à percer, mais certains sont plus faciles d'approche.

Lorsqu'on se rend en Chine, on fait deux ou trois activités par année dans des salons internationaux, particulièrement avec des entreprises de poissons et de fruits de mer, parfois avec quelques entreprises de sirop d'érable, et de temps en temps, on en réchappe une avec des produits transformés, dans les pâtes ou dans autre chose.

Mais ce n'est pas un marché qui est naturellement attrayant. C'est un marché prometteur, c'est un peu comme en Inde. Il se crée des clientèles qui ont les moyens financiers d'acheter des produits à valeur ajoutée. Pour avoir travaillé en Chine moi-même pendant plusieurs années et y avoir représenté des compagnies québécoises, outre ces facteurs, il y avait aussi des facteurs de conformité et d'approbation de produits.

Aussi, à l'époque, il fallait connaître les bonnes personnes pour faire avancer les choses, si vous voyez ce que je veux dire. Ce n'était pas facile. Il faut des ressources humaines, comme des services de traduction et, souvent, ce n'est pas à la portée de tous.

That said, there are also business opportunities in Korea and Japan. China is a good market. With regard to commodities, like someone said earlier, those are not processed products. Those products are sent in containers and are placed in sacks, barrels, or pouches.

To answer your question more precisely, one must make efforts, one must participate, one must validate interest for Quebec products or Canadian products, and after all that, these efforts must be supported through funds, on-site presence and presentations. There no other secrets.

**Ms. Cloutier:** I would like to add something. It also requires production quantity and capacity. China is not a small market. Therefore, clearly, any business signing a contract over there must be able to meet demand. Generally speaking — or quite often — businesses do not succeed in China simply because they do not have the production capacity to do so.

**Senator Dagenais:** I have one last question, and it is rather sensitive. Given the competitiveness of markets as we are about to sign the Trans-Pacific Accord and the agreement with the European Union, do you think Canada should harmonize its supply management?

I know it is the elephant in the room, and might even be called the killer question.

**Mr. Coutu:** On that subject, I would tell you that I am not a politician, and that business is my main concern. I think Prime Minister Stephen Harper has expressed a clear position on supply management. Over the last few days, as you no doubt saw on the news, he was joined by the Quebec Minister of Agriculture, the President of Agropur, the President of La Coop fédérée, and Marcel Groleau of the UPA. Quebec has grounds for concern and wishes for its producers to be protected in the agreement. I recommend you read Mr. Paradis' policy on this area if you wish to know the official position.

[English]

**Senator Merchant:** A few weeks ago, the WTO ruled against the U.S. on their COOL labelling. You mentioned this to Ministers Fast and Ritz. They said they would stand firm with Canada and ask the WTO to authorize retaliatory measures against the U.S. How will that affect some of your concerns and which ones, please?

[Translation]

**Ms. Cloutier:** We cautioned Minister Ritz simply because we purchase many inputs from the United States for processed products. That could have a negative impact on several sectors. Frozen concentrated orange juice was one of the products listed.

Cela dit, il y a aussi des opportunités d'affaires en Corée et au Japon. La Chine offre un bon marché. Pour ce qui est des commodités, quelqu'un l'a mentionné tout à l'heure, ce ne sont pas des produits transformés. Ces produits sont envoyés dans des conteneurs et ils sont placés dans des sacs, des barils ou des poches.

Pour répondre à votre question plus précisément, il faut faire des efforts, il faut participer, il faut valider l'intérêt pour les produits du Québec ou les produits canadiens et, par la suite, il faut soutenir ces efforts avec des fonds, de la présence sur place et des présentations. Il n'y a pas d'autres secrets.

**Mme Cloutier :** J'aimerais ajouter un élément. Il faut de la quantité et de la capacité de production. La Chine, ce n'est pas un petit marché. Donc, évidemment, à partir du moment où une entreprise signe un contrat là-bas, il faut qu'elle soit équipée pour répondre à la demande. Habituellement — ou souvent —, l'entreprise ne réussit pas à faire des affaires avec la Chine, parce qu'elle n'a tout simplement pas la capacité de production pour le faire.

**Le sénateur Dagenais :** J'aurais une dernière question, et c'est une question qui est délicate. Compte tenu de la compétitivité des marchés à l'aube de l'accord transpacifique et de l'accord avec l'Union européenne, croyez-vous que le Canada devra harmoniser sa gestion de l'offre?

Je sais que personne n'ose en parler, et on pourrait l'appeler « la question qui tue ».

**M. Coutu :** Je vous dirais, à ce sujet, que je ne suis pas un politicien, et que je suis plutôt préoccupé par les affaires. Je pense que le premier ministre Stephen Harper a exprimé une position claire sur la gestion de l'offre. Il a été rejoint dans les derniers jours, vous avez vu les nouvelles comme moi, par le ministre de l'Agriculture du Québec, le président d'Agropur, le président de la Coop fédérée, et Marcel Groleau, de l'UPA. Le Québec a ses raisons de craindre et souhaite que l'accord soit protégé aux bénéfices de ses producteurs. Je vous recommanderai à la politique de M. Paradis dans ce domaine afin de voir la position officielle.

[Traduction]

**La sénatrice Merchant :** Il y a quelques semaines, l'OMC a rendu un jugement contre les États-Unis sur leur politique en matière d'étiquetage indiquant le pays d'origine. Vous en avez parlé aux ministres Fast et Ritz. Ils ont dit qu'ils continueraient de défendre fermement les intérêts du Canada et qu'ils demanderaient à l'OMC de permettre des mesures de rétorsion contre les États-Unis. Quel en sera l'effet sur certaines de vos préoccupations, et pourriez-vous préciser lesquelles?

[Français]

**Mme Cloutier :** Nous avons envoyé une mise en garde au ministre Ritz simplement parce qu'on achète beaucoup d'intrants des États-Unis pour les produits transformés. Cela pourrait avoir un impact négatif sur plusieurs secteurs. Dans la liste des produits

However, if there were a 100 per cent surtax, there would be a supply problem in Canada. We do understand the minister's position and we support Canada's position that the United States must be fair in their trade practices and should lower their protectionist barriers. At the same time, we must be careful and avoid placing Canadian businesses in a non-competitive position through Canadian barriers that increase the cost of inputs substantially. We can only hope that the United States complies with the WTO decision.

**Mr. Dupuis:** I completely agree with Ms. Cloutier. To my knowledge, there is no reason to think that the United States will not comply with the decision, which has now been firmly upheld and recognized. Personally, I would be quite surprised if things went further in this matter. We remain optimistic that our main trading partner's behaviour will be adequate.

**Mr. Fraeys:** I was also reading that the American wine industry is extremely fearful that Canada may impose sanctions. When we analyze that \$7.7 billion deficit, we see that \$4.7 billion comes from imported wine and liquor from the United States and Europe. For the United States, this is a \$2 billion to \$3 billion market. I doubt very much that they want to see it slip away. The wine industry will help us ensure regulatory compliance.

[English]

**Senator Merchant:** Thanks for those answers. With CETA and the EU, that will eliminate EU duties on processed foods and beverages, including the majority of processed beef and pork. In accordance with the rules of origin, some witnesses who appeared before the Senate committee noted that these processed products will have to contain only Canadian ingredients to benefit from this new access.

My questions are: How will this access to the European market affect your sector or the sectors you represent? Do the rules of origin entail some challenges to your exports into the EU market?

[Translation]

**Mr. Dupuis:** Yes, that could be a problem. This is the type of non-tariff measures that are in place. However, overall, products processed here, as far as I know, do not have a major problem in that respect, nor in their access to the European market. There are some exceptions, but overall, it is not a problem as such.

concernés, il y avait, entre autres, le jus d'orange concentré surgelé. Toutefois, s'il y a une surtaxe de 100 p. 100, nous aurons un problème d'approvisionnement au Canada. Nous comprenons la position du ministre et nous appuyons la position du Canada selon laquelle les États-Unis doivent être justes dans leurs échanges commerciaux et devraient abaisser leurs barrières protectionnistes. En même temps, il faut faire attention pour ne pas mettre les entreprises canadiennes en position non concurrentielle au moyen de barrières canadiennes qui augmenteraient les coûts d'intrants de façon importante. Nous ne pouvons que souhaiter que les États-Unis se conforment à la décision de l'OMC.

**M. Dupuis :** J'abonde dans le même sens que Mme Cloutier. À ma connaissance, il n'y a pas de raison de croire que les États-Unis ne se conformeront pas à la décision. Cela fait quatre fois qu'elle est fermement affirmée et reconnue. Personnellement, je serais fort étonné qu'on aille plus loin à ce chapitre. Nous demeurons optimistes que le comportement de notre principal partenaire commercial soit adéquat.

**M. Fraeys :** Je lisais également que l'industrie du vin aux États-Unis est extrêmement craintive à ce que le Canada puisse imposer des sanctions. Lorsqu'on analyse le fameux 7,7 milliards de dollars de déficit, un montant de 4,7 milliards de dollars provient de l'importation des vins et des spiritueux des États-Unis et de l'Europe. Pour les États-Unis, cela représente un marché d'environ 2 à 3 milliards de dollars. Je ne pense pas qu'ils veuillent perdre ce marché. L'industrie du vin nous aidera à faire respecter la réglementation.

[Traduction]

**La sénatrice Merchant :** Merci pour vos réponses. L'AECG conclu avec l'Union européenne éliminera les droits imposés par l'Union européenne sur les aliments et boissons transformés, ce qui comprend la majorité des produits de bœuf et de porc transformés. Au sujet des règles d'origine, certains témoins ayant comparu devant le comité sénatorial ont souligné que ces produits transformés devront contenir uniquement des ingrédients canadiens pour profiter de ce nouvel accès.

Voici mes questions : Quels seront les effets de cet accès au marché européen sur votre secteur ou sur ceux que vous représentez? Les règles d'origine posent-elles des difficultés en ce qui concerne vos exportations sur le marché européen?

[Français]

**M. Dupuis :** Oui, cela pourrait poser un problème. C'est le genre de mesures non tarifaires qui existent. Mais, dans l'ensemble, les produits transformés ici, à ma connaissance, ne posent pas de problème majeur pour ceux-ci et pour leur accès sur le marché européen. Il y a certaines exceptions, mais dans l'ensemble, ce n'est pas problématique comme tel.

**Ms. Cloutier:** There is one exception: GMOs. The European market requires certification, traceability for GMOs. In Canada, we do not have a system that allows us to do this. It is an example of a non-tariff barrier that could have a negative impact on several types of products.

[English]

**Senator Unger:** I have a comment about Country of Origin Labelling.

U.S. politicians are scrambling to comply with the WTO's determination. They don't want a trade war, so I think there's optimism on that front. Certainly, it has affected the export of Alberta beef — it has created problems. I hope they do comply. Unless the President of the United States steps in with some sort of Executive Order to the contrary, it should be resolved quickly.

Mr. Coutu, I was really pleased to hear you talk about domestic trade. That's important because we've heard from many witnesses, and one group struck me as being rather odd. They manufacture just a few products and don't appear interested in trying to gain market access to Canada. They talked specifically about China and wanted government assistance but there's only so much.

Mr. Coutu, you mentioned the Korean market. Will access to that market affect the Canadian agri-food sector? Do you see that as maybe an easier market than China?

[Translation]

**Mr. Coutu:** Yes, of course. I believe that the Korean market is promising, at least for Quebec. We have already led three trade missions for this market, and there is a marked interest for Canadian pork. You will recall that the Americans conquered the Korean market several years ago. Now, this will allow us to get into the market.

There are people in our group who validated store products, and who met distributors and importers. There is a marked interest for value-added Canadian products.

Of course, we are continuing our efforts. We have only touched the tip of the iceberg in Korea. That is a market which is more easily accessible, because it is larger than China's when it comes to value-added products and fully processed products. This is a population that can afford to pay for these types of products. In my opinion, our relationship with Korea over the next few years will continue to improve.

Yesterday, I was just saying to Mr. Dupuis, when talking about commodities from the western part of the country, is that it is often the key for penetrating a market. I was going to talk about Russia, but that is not a good example. Before the embargo, my friend, Jacques Pomerleau, from Canada Pork

**Mme Cloutier :** Il y a une exception : les OGM. Le marché européen demande une certification, une traçabilité pour les OGM. On ne dispose pas de système au Canada qui nous permette de le faire. C'est un exemple de barrière non tarifaire qui pourrait nuire à plusieurs types de produits.

[Traduction]

**La sénatrice Unger :** J'ai une observation à formuler au sujet de l'étiquetage indiquant le pays d'origine.

Les politiciens américains ont du mal à se conformer à la décision de l'OMC. Ils ne veulent pas d'une guerre commerciale, et je pense pouvoir faire preuve d'optimisme. La situation a sans aucun doute eu des conséquences pour les exportations de bœuf albertain — cela a créé des problèmes. J'espère que les États-Unis respecteront la décision. La situation devrait se redresser rapidement, à moins que le président des États-Unis n'intervienne en imposant une sorte de décret.

Monsieur Coutu, j'ai été très heureuse de vous entendre parler du commerce intérieur. C'est important parce que nous avons entendu de nombreux témoins à ce sujet, dont un groupe qui m'a paru plutôt étrange. Il ne fabrique que quelques produits et il ne semble pas vouloir avoir accès au marché canadien. Ses représentants ont parlé de façon précise de la Chine, et ils ont demandé l'aide du gouvernement, mais il y en a peu.

Monsieur Coutu, vous avez mentionné le marché coréen. L'accès à ce marché aura-t-il des incidences sur le secteur agroalimentaire canadien? S'agit-il, selon vous, d'un marché moins complexe que celui de la Chine?

[Français]

**M. Coutu :** Oui, bien sûr. Je crois que le marché coréen est prometteur, à tout le moins pour le Québec. Nous avons déjà mené trois missions commerciales sur ce marché, et il y a un intérêt marqué pour le porc canadien. Vous vous rappellerez que les Américains avaient conquis le marché de la Corée il y a plusieurs années. Maintenant, cela nous permet de revenir sur le marché.

Il y a des gens de notre groupe qui ont procédé à une validation de produits en magasin, et qui ont rencontré des distributeurs et des importateurs. Il y a un intérêt marqué pour les produits canadiens à valeur ajoutée.

Il est sûr que nous poursuivrons nos efforts. Nous n'avons touché que la pointe de l'iceberg en Corée. C'est un marché plus facilement accessible, parce qu'il est moins important que celui de la Chine du point de vue des produits à valeur ajoutée et des produits finis. C'est une population qui a les moyens de se payer ce type de produits. Selon moi, nos relations avec la Corée au cours des prochaines années continueront de s'améliorer.

Hier, je disais justement à M. Dupuis, en parlant des commodités dans l'ouest du pays, que c'est souvent la clé pour percer un marché. J'allais parler de la Russie, mais ce n'est pas un bon exemple. Avant l'embargo, mon ami Jacques Pomerleau, de Canada Pork International, me disait que les restaurateurs sont

International, was telling me that restaurateurs are open to other types of products. Trust has been established, thanks to the safety and traceability of our foods. This atmosphere of trust means that we can open other markets. That is why Canada is a complement. Western provinces are struggling to open their market, which is a complement to eastern provinces bringing forward fully processed products.

And so, yes, Korea is a market that is viewed as enormously promising on the Quebec side.

[English]

**Senator Unger:** Maple syrup seems to me to be the trailblazer; everyone wants it. But it also seems to me that because our government has been so active in opening doors to new markets globally, it's leaving Canadian exporters scrambling to try to take advantage of all of this because this has happened fairly recently. Would you agree with that?

[Translation]

**Mr. Coutu:** Yes, absolutely. In fact, with Minister Fast, we had the opportunity in Quebec to meet former premier Johnson. We carefully analyzed the effects of development flowing from signed free trade agreements.

With the CTAQ, we are one of the first organizations in Quebec to support this initiative by the government and Minister Fast. You may recall, on Saint-Jean Street, in Quebec, the first press conferences. We firmly believe in this.

In Canada, it is not possible to consider increasing our gross domestic product without being able to access external markets. Money really does have to be made elsewhere. Every time the government makes this type of attempt and that it opens new possibilities and new opportunities to us, participating in that initiative and supporting it is a must. However, signing a free trade agreement is one thing, but the follow-up must come afterwards. It is necessary to invest in human resources to support entrepreneurs' efforts; entrepreneurs can make their efforts on two fronts at the same time, but they also need a hand from the government through specific programs.

**Ms. Cloutier:** As you mentioned, senator, we also have a great deal of potential within the Canadian domestic market. As we were saying earlier, we have a \$7-billion trade deficit for processed products. These are products we import from abroad, and we certainly have work to do to shore up this balance in Canada with Canadian products. There is a great deal of potential with regard to the domestic market.

prêts à accueillir d'autres types de produits. La confiance s'est instaurée grâce à la salubrité et à la traçabilité de nos aliments. Ce climat de confiance nous permet d'ouvrir d'autres marchés. C'est la raison pour laquelle le Canada est un complément. Les provinces de l'Ouest s'efforcent d'ouvrir leur marché, ce qui est un complément aux provinces de l'Est qui apportent des produits finis.

Donc, oui, la Corée est un marché sur lequel on mise énormément du côté du Québec.

[Traduction]

**La sénatrice Unger :** Le sirop d'érable semble jouer un rôle de pionnier; tout le monde en veut. Mais j'ai aussi l'impression que le fait que notre gouvernement tente si activement d'ouvrir de nouveaux marchés à l'échelle mondiale laisse les exportateurs canadiens en position difficile alors qu'ils tentent de profiter de ces possibilités, qui sont apparues assez récemment. Êtes-vous d'accord?

[Français]

**M. Coutu :** Oui, tout à fait. Effectivement, avec le ministre Fast, nous avons eu l'occasion au Québec de rencontrer l'ancien premier ministre Johnson. Nous avons bien analysé les effets reliés au développement en lien avec les accords de libre-échange signés.

Avec la CTAQ, nous sommes l'une des premières organisations au Québec à soutenir cette initiative du gouvernement et du ministre Fast — on se souviendra, sur la rue Saint-Jean, à Québec, des premières conférences de presse —, et nous y croyons fermement.

Au Canada, on ne peut pas penser à augmenter notre produit intérieur brut sans pouvoir accéder à des marchés extérieurs. Il faut vraiment aller faire des sous ailleurs. À chaque fois que le gouvernement fait un effort dans ce sens et que cela nous offre de nouvelles possibilités et de nouvelles opportunités, il faut y participer et encourager cette initiative. Cependant, signer un accord de libre-échange est une chose, mais il faut ensuite en faire le suivi. Il faut investir des ressources humaines pour soutenir les efforts des entrepreneurs; les entrepreneurs peuvent mener des efforts sur deux fronts en même temps, mais il leur faut aussi un coup de main de la part du gouvernement à l'aide de programmes spécifiques.

**Mme Cloutier :** Comme vous l'avez mentionné, sénatrice, nous avons également un potentiel important au sein du marché intérieur canadien. Comme nous le disions plus tôt, nous affichons une balance commerciale déficitaire de 7 milliards de dollars pour les produits transformés. Ce sont des produits que nous importons de l'extérieur, et nous avons certainement du travail à faire pour combler ce déficit au Canada par des produits canadiens. Il y a un potentiel en ce qui a trait au marché intérieur qui est important.

[English]

**The Chair:** Before the chair recognizes Senator McIntyre, Senator Oh, do you have a supplementary question? Please go ahead.

**Senator Oh:** We talked earlier about emerging markets in Asia and Russia. In China, the EU got in early, as early as 1985. We were one of the first countries to recognize China and the other Asian countries, but we didn't move fast enough. You get a lot of products from EU countries, Australia and New Zealand. They are all on the shelf. But I still believe the emerging market, the middle class in Asia, is getting bigger and bigger and that is why it is never too late. We can still move to get into those markets.

Canada is a diverse country. We have strong diversity here. We have 1.5 million Asians or more living in this country and you must use the expertise to open the market up in Asia. That's my point.

**The Chair:** That was a question, Senator Oh?

**Senator Oh:** Yes. Could you expand on that?

**Mr. Coutu:** As a matter of fact, yes, we should use our human resources in Canada. You have made a very good point.

**Ms. Cloutier:** Maybe you should organize a mission in Asia.

**The Chair:** Senator Unger, you had a final question on your list?

**Senator Unger:** Yes, I did. Regarding human resources and your suggestions that you should be able to have more experts, our committee went to Washington dealing with our bee study.

Our ambassador sat down with us as soon as we arrived and gave us a one-hour briefing. It was excellent. He outlined all the issues and told us to go ahead and talk about them, and COOL was one of them. I think the ambassadors are good ambassadors. They may not have the in-depth knowledge that you're looking for, but I think they certainly could do more, could be better educated to provide the support that companies need rather than starting to layer in experts.

I would also agree with what my colleague Senator Oh said.

**The Chair:** Any comments?

[Translation]

**Mr. Coutu:** Indeed, I know that embassies and consulates around the world already offer resources. In fact, within the framework of the free trade agreement, the export group is holding an annual general assembly for all of its members next June, in Montreal. The agenda includes guests for that day, such

[Traduction]

**Le président :** Avant que la présidence ne donne la parole au sénateur McIntyre, avez-vous une question supplémentaire, sénateur Oh? Allez-y.

**Le sénateur Oh :** Un peu plus tôt, nous avons parlé des marchés émergents en Asie et en Russie. L'Union européenne est entrée en Chine très tôt, dès 1985. Nous avons été l'un des premiers pays à reconnaître la Chine et les autres pays asiatiques, mais nous n'avons pas agi assez rapidement. On trouve sur les tablettes de nombreux produits de l'Union européenne, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande. Mais je pense tout de même que le marché émergent, la classe moyenne en Asie, grossit sans cesse; c'est pour cette raison qu'il n'est jamais trop tard. Nous pouvons toujours agir pour entrer dans ces marchés.

Le Canada est un pays diversifié. Nous avons ici une solide diversité. Plus de 1,5 million d'Asiatiques vivent ici, et nous devons miser sur notre expertise pour avoir accès au marché en Asie. Voilà ce que je voulais dire.

**Le président :** Était-ce une question, sénateur Oh?

**Le sénateur Oh :** Oui. Qu'en pensez-vous?

**M. Coutu :** En fait, oui, nous devrions avoir recours à nos ressources humaines au Canada. Vous faites valoir un excellent argument.

**Mme Cloutier :** Vous devriez peut-être organiser une mission en Asie.

**Le président :** Sénatrice Unger, vous aviez une dernière question à poser?

**La sénatrice Unger :** Oui. Au sujet des ressources humaines et de ce que vous avez dit concernant le fait d'avoir accès à d'autres spécialistes, notre comité s'est rendu à Washington dans le cadre de son étude sur les abeilles.

Dès notre arrivée, notre ambassadeur nous a donné une séance d'information d'une heure. C'était excellent. Il a souligné tous les enjeux et il nous a demandé de les soulever, notamment l'étiquetage indiquant le pays d'origine. Je pense que les ambassadeurs sont talentueux. Ils n'ont pas toujours les connaissances approfondies que l'on recherche, mais je pense qu'ils pourraient en faire plus et qu'on pourrait mieux les renseigner afin qu'ils offrent le soutien dont les entreprises ont besoin, plutôt que d'avoir recours à différents spécialistes.

Je suis également d'accord avec mon collègue, le sénateur Oh.

**Le président :** Des commentaires?

[Français]

**M. Coutu :** Effectivement, je sais que les ambassades et les consulats à travers le monde offrent déjà des ressources. D'ailleurs, dans le cadre de l'accord de libre-échange, le groupe export tiendra une assemblée générale annuelle de tous ses membres le 11 juin prochain à Montréal. À l'ordre du jour

as the Canadian embassy in Paris, represented by Mr. Yannick Dheilly, who will come to meet entrepreneurs to advise them on the best way to access European markets.

When it is possible to do so, and when there is local expertise in agri-food, we use it, of course. We have already done so in Dubai, in the Middle East, and we also do that in China, when it is possible and when they have the human resources to do so; other consulates or embassies in Canada are not as well organized in agri-food. My suggestion would be to plan on specific attachés for Europe, for the markets that we wish to work on. But I agree with you, this resource must not be neglected.

**Senator McIntyre:** Thank you for your presentations. I would like to ask two short questions.

Mr. Coutu, you spoke to us earlier about the SIAL tradeshow. I understand that your group is a financial partner with SIAL Canada, an international agri-food event group for agri-food professionals in North America.

I also understand that SIAL China, an international food tradeshow, was held from May 6 to 8, and that your group helped its members to participate in that commercial tradeshow.

Could you tell us a bit more about the importance of the tradeshow? How many of your members participated in the SIAL China tradeshow?

**Mr. Coutu:** Thank you for your question. The SIAL, or the signature SIAL tradeshow, can be found throughout the world; there are many. There is the SIAL Paris tradeshow, which is the showcase, one of the biggest in the world; there is also SIAL Brazil, SIAL Abu Dhabi, SIAL China, SIAL Indonesia, and so on.

In the case of SIAL China, work was done with my colleague from Ontario, Ms. Powell, who leads the Canadian Food Exporters Association. Both groups, Québec and Ontario, in general, rent space in the Canadian pavilion and accompany businesses for those markets to help them at the tradeshow.

I myself am a shareholder of a food tradeshow, but I am also a shareholder in a business that conducts business-to-business trade. When one attends a food tradeshow, it targets a specific clientele. We have many reasons to attend a food tradeshow. In Montreal or Toronto, there is of course the aspect of discovering new clients, but there is also the aspect of consolidating our current market with our current clientele. The fact remains nonetheless that an agri-food tradeshow is a fishing pond. You are in a kiosk and you attempt, to the best of your ability, to draw in a client, a buyer, who is interested in the products that you are presenting and who, afterwards, you will be able to negotiate with.

figureront des invités pour la journée, telle l'ambassade du Canada à Paris représentée par M. Yannick Dheilly, qui viendra rencontrer les entrepreneurs pour les conseiller sur la meilleure façon d'accéder aux marchés en Europe.

Lorsqu'il est possible de le faire et lorsqu'il y a une expertise locale en agroalimentaire, nous y faisons appel, bien entendu. Nous l'avons fait à Dubaï, au Moyen-Orient, et nous le faisons en Chine aussi, lorsque c'est possible et qu'ils disposent des ressources humaines pour le faire; d'autres consulats ou ambassades du Canada sont moins bien organisés en agroalimentaire. Ma suggestion serait de prévoir des attachés spécifiques pour l'Europe dans le cadre des marchés sur lesquels nous voulons travailler. Mais je suis d'accord avec vous, il ne faut pas négliger cette ressource.

**Le sénateur McIntyre :** Merci pour vos présentations. J'aimerais poser deux courtes questions.

Monsieur Coutu, vous nous avez parlé plus tôt du Salon international de l'alimentation. Je comprends que votre groupe est un partenaire financier du SIAL Canada, un groupe international de l'alimentation réservé aux professionnels de l'agroalimentaire en Amérique du Nord.

Je comprends également que le SIAL Chine, un salon international de l'alimentation, a eu lieu du 6 au 8 mai dernier et que votre groupe a aidé ses membres à participer à ce salon commercial.

Pourriez-vous nous préciser un peu plus l'importance de ces salons? Combien de vos membres ont participé au salon de SIAL Chine?

**M. Coutu :** Merci pour votre question. Le SIAL ou la signature des salons SIAL se retrouve à travers le monde; il y en a plusieurs. Il y a le salon SIAL Paris qui est le bateau amiral, l'un des plus grands au monde; il y a aussi le SIAL Brésil, le SIAL Abou Dhabi, le SIAL Chine, le SIAL Indonésie, ainsi de suite.

Dans le cas du SIAL Chine, il y a collaboration avec ma collègue de l'Ontario, Mme Powell, qui dirige la Canadian Food Exporters Association. Les deux groupes, le Québec et l'Ontario, généralement, nous louons un espace dans le pavillon canadien et nous accompagnons des entreprises à ces marchés pour assister au salon.

Je suis moi-même actionnaire d'un salon alimentaire, mais je suis aussi actionnaire d'une entreprise qui fait du commerce interentreprises. Lorsqu'on assiste à un salon alimentaire, celui-ci s'adresse à une clientèle de gens. Nous avons plusieurs raisons d'assister à un salon alimentaire. À Montréal ou à Toronto, il y a, bien sûr, l'aspect de la découverte de nouveaux clients, mais il y a aussi l'aspect de la consolidation de notre marché actuel avec notre clientèle actuelle. Il reste toutefois qu'un salon agroalimentaire est un *fishing pond*. Vous êtes dans un kiosque et vous tentez, au mieux, d'accrocher un client, un acheteur qui s'intéressera aux produits que vous présentez et avec qui, par la suite, vous pourrez poursuivre les négociations.

Concerning China specifically, when we accept an invitation to go to a tradeshow in China, whether it is the SIAL or our organization, recruitment is much more difficult. Few industries attend, with the exception of the maple syrup industry, of course, but sometimes, disagreements arise among individuals, because they are all competitors and there are four maple syrup kiosks in a row. As a result, there may be a lack of confidentiality concerning their business contacts. The main reason our members attend is to explore the market, to understand what is going on and to see whether the niche in which our members operate can be sold to the Chinese market.

People also want to get to know the local culture, because before attending the trade show, we often organize missions and store visits. We meet with distributors, we visit the embassy or the consulate, and we gather information. It is therefore complementary.

As I said, it is not our best opportunity. We do it because there are businesses that want to participate, but it is not profitable; these are not our biggest tradeshows.

**Senator McIntyre:** There has been a lot of talk about the Canada brand. In your opinion, has this brand improved sales of Canadian agri-food products on international markets?

**Mr. Coutu:** Without a doubt. The Canada brand was one of the Government of Canada's good decisions, mainly, spending sums on the promotion of the Canadian image across the world. Everywhere I have travelled, and my colleagues have had the same experience, Canada has a reputation for a good passport, cleanliness, and high-quality products. It is an incomparable advantage for Canadian businesses to be able to brand with the maple leaf somewhere on the product or in kiosks. When we have kiosks overseas, everything is red, because we want to transmit this message.

**The Chair:** Before moving on to the second round, I would like to draw your attention to the presence of Senator Beyak.

[English]

**Senator Beyak:** Thank you for very informative presentations. You all know that the rules for the Temporary Foreign Worker Program have changed a lot. Witnesses have told us about the challenges the changes present for them. I wonder how they affect your members and if you have a channel of communication with the government or any recommendations you can give to us that we can take to the government on your behalf.

[Translation]

**Ms. Cloutier:** The file of temporary foreign workers is a very sensitive one for food processors in Quebec. As you are aware, food processing is often linked to the harvest period and, during this period, there are no student workers, because students have

Concernant la Chine précisément, lorsqu'on procède à une invitation pour aller à un salon en Chine, même s'il s'agit de SIAL ou de notre organisation, le recrutement est beaucoup plus difficile. On y retrouve très peu d'industries, sauf celle du sirop d'érable, bien sûr, mais quelquefois, cela occasionne des désagréments entre les gens, parce qu'ils sont tous des concurrents et qu'il y a quatre kiosques de sirop d'érable l'un à côté de l'autre. Il en résulte un petit manque de confidentialité en ce qui concerne leurs contacts d'affaires. La raison première d'y assister pour nos membres, c'est afin d'explorer le marché, de comprendre ce qui se passe et de voir si le créneau dans lequel nos membres agissent peut être vendu sur le marché chinois.

Les gens veulent aussi acquérir des connaissances de la culture locale, parce qu'avant de faire le salon, nous allons souvent organiser des missions, des visites en magasin. Nous rencontrons des distributeurs, nous visitons l'ambassade ou le consulat, et nous recueillons des renseignements. C'est donc complémentaire.

Comme je vous le dis, ce n'est pas notre meilleur cheval. On le fait, parce qu'il y a des entreprises qui veulent le faire, mais ce n'est pas gagnant, ce ne sont pas nos plus gros salons.

**Le sénateur McIntyre :** On a souvent parlé de la marque Canada. Selon vous, cette marque a-t-elle amélioré les ventes des produits agroalimentaires canadiens sur les marchés internationaux?

**M. Coutu :** Sans aucun doute. Le marquage Canada a été l'une des bonnes décisions du gouvernement canadien, soit celle de consacrer des sommes à la promotion de l'image canadienne partout dans le monde. Partout où j'ai voyagé, et mes collègues vivent la même expérience, nous avons une réputation au Canada de bon passeport, de salubrité, de produits de qualité. C'est un avantage incomparable pour les entreprises canadiennes que de pouvoir s'identifier avec la feuille d'érable quelque part sur le produit ou dans les kiosques. Quand on fait des kiosques à l'étranger, tout est en rouge, parce qu'on veut transmettre ce message.

**Le président :** Avant de passer au deuxième tour, je veux souligner la présence de la sénatrice Beyak.

[Traduction]

**La sénatrice Beyak :** Merci de vos exposés très instructifs. Vous savez tous que les règles du Programme des travailleurs étrangers temporaires ont beaucoup changé. Des témoins nous ont parlé des difficultés que leur posent ces changements. J'aimerais savoir quelles sont les incidences sur vos membres et si vous avez un moyen de communiquer avec le gouvernement ou encore, si vous voulez formuler des recommandations dont nous pourrions faire part au gouvernement en votre nom.

[Français]

**Mme Cloutier :** Le dossier des travailleurs étrangers temporaires est très délicat pour les transformateurs alimentaires du Québec. Comme vous le savez sans doute, la transformation des aliments est souvent liée à la période de la



gone back to school. These are temporary jobs, but during very intense periods where it is difficult to find local resources or workers.

For example, some of our members have enormous farms between the U.S. border and the city of Montreal. There is no workforce. They are forced to seek out temporary foreign workers — obviously, they have set aside facilities for them — for periods of three or four months. It is the same situation for the wine industry in Quebec and elsewhere.

The change made to the regulations across Canada affect many processors in Quebec. Furthermore, there were some who were considering making investments and who will not do so, because they would have had to hire an additional 100 workers. Unfortunately, with the new regulations, it is almost impossible or it is very expensive.

There is not a lot of openness from the Canadian government. We have been asking the government to recognize workers in the food processing sector as being agricultural workers, because there is a direct link between the harvest period and food processing. But there is not currently a lot of openness on the issue. We are talking about thousands of jobs in Quebec.

**Mr. Coutu:** At the last SIAL in Toronto, I met companies that had to invest in their infrastructure to increase their production capacity. Some of them were considering crossing the border if this problem is not solved. I was even told by important companies that that is their plan B. This issue needs to be looked at very seriously. It is a critical problem.

**Mr. Fraeys:** We are asking that the reform exclude or remove the food processing sector, given that the reform was made across Canada for all industries, particularly for financial industries or restaurants, because the reform will have an impact. There will certainly be an impact in the east, but also in the Western provinces. It is quite significant for businesses that use seasonal workers. However, next year, the reform will also have an impact on meat companies that hired workers on two-year contracts. The problem will arise next year in slaughterhouses. For example, in Alberta, it has become almost impossible for slaughterhouses to find workers for the plants.

I know that the goal is to put Canadians to work, but if people do not want to work in factories, we cannot force them to. People say that salaries need to be increased, but it is not an issue of salary. It is an issue of promoting processing fields, and we cannot do this in a few months; it will take years.

récolte et, pendant cette période, il n'y a pas de main-d'œuvre étudiante, car les étudiants sont retournés à l'école. Ce sont des emplois temporaires, mais pendant des périodes très intenses où il est difficile de trouver des ressources ou de la main-d'œuvre locale.

Par exemple, certains de nos membres ont d'énormes fermes entre la frontière des États-Unis et la ville de Montréal. Il n'y a pas de main-d'œuvre. Ils sont obligés d'aller chercher de la main-d'œuvre étrangère temporaire — évidemment, ils ont prévu des installations pour eux — pour des périodes de trois ou quatre mois. C'est identique pour l'industrie du vin au Québec ou ailleurs.

Le changement apporté au règlement à l'échelle canadienne concerne de nombreux transformateurs au Québec. D'ailleurs, il y en a qui pensaient faire des investissements et qui n'en feront pas, puisqu'ils auraient dû embaucher une centaine de travailleurs de plus. Malheureusement, avec les nouveaux règlements, c'est presque impossible ou c'est très coûteux.

Il n'y a pas beaucoup d'ouverture du côté canadien. On demande au gouvernement de reconnaître les travailleurs du domaine de la transformation des aliments comme étant des travailleurs agricoles, parce qu'il y a un lien direct entre la période des récoltes et la transformation des aliments. Mais il n'y a pas beaucoup d'ouverture actuellement. On parle de milliers d'emplois au Québec.

**M. Coutu :** J'ai rencontré, lors du dernier SIAL Toronto, des entreprises qui doivent investir dans leurs infrastructures pour augmenter leur capacité de production. Quelques-unes songent à traverser la frontière si ce problème n'est pas réglé. Je me suis même fait dire par des compagnies importantes que c'est leur plan B. Il faudra se pencher sur cela très sérieusement. C'est un problème critique.

**M. Fraeys :** Ce qu'on demande, c'est que dans le cadre de la réforme, on fasse en sorte d'exclure ou de retirer le secteur de la transformation alimentaire, étant donné que la réforme a été établie dans l'ensemble du Canada pour toutes les industries, surtout pour les industries financières ou de la restauration, parce qu'elle aura un impact. Il y aura certainement un impact dans l'Est, mais aussi dans les provinces de l'Ouest. C'est assez important pour les entreprises qui utilisent les travailleurs saisonniers. Cependant, l'année prochaine, la réforme aura aussi un impact sur les entreprises de la viande qui ont embauché des travailleurs à l'aide de contrats de deux ans. Le problème se présentera l'année prochaine aux abattoirs. Par exemple, en Alberta, il est devenu presque impossible pour les abattoirs de trouver des travailleurs dans les usines.

Je sais que l'objectif est de faire travailler les Canadiens, mais si les gens ne veulent pas travailler dans les usines, on ne peut pas les y obliger. On dit souvent qu'il faut augmenter les salaires, mais ce n'est pas une question de salaire. C'est une question de valoriser les métiers de la transformation, et on ne peut y arriver en quelques mois; cela prendra des années.

Canadians need to understand that food processing jobs are valuable jobs with a future. It will take several years to accomplish this. In the meantime, we need to be able to hire foreign workers to meet our needs, while we wait for Canadians to understand that the processing sector offers great career options.

**Senator Maltais:** I would like to thank you for the work that you do in the food processing sector. It requires a lot of skill and competitiveness.

We have talked about a lot of things, but we have not talked about consumers. For a number of years now, the Canadian consumer has seen his grocery bill go up every week. The price of beef mirrors the price of oil, and you wonder if there is not a cartel somewhere, because every spring, when the barbecues come out, the price of beef rises. During this time, the price of tomato juice increased by three cents. No one noticed, but if you do a check, it is true.

When there is an increase in the price of a specific product, people take advantage of that to increase the price of other products by a few cents, and the consumer sees this in his or her grocery bill. For a mother of three children, this may represent a difference of \$20 to \$40 a week.

How do you react to these increases?

**Ms. Cloutier:** I would draw your attention to the fourth chart: the prices paid to food processors have not increased since 2001. Do not forget that general costs are increasing for food processors. The price of oil has been increasing for everyone, and the cost of inputs is increasing. Currently, people are saying that the Canadian dollar in comparison to the U.S. dollar represents an advantage for the manufacturing sector, but when we purchase inputs in the United States — which is unavoidable, for sugar and other products — there are additional costs for food processors.

Currently, profit margins for food processors are decreasing year over year. In Quebec, we are the industry with the lowest revenues in Canada, about 6 per cent on average, which is not much. However, the costs paid to food processors have barely increased, despite the costs of oil, et cetera.

**Senator Maltais:** I am going to ask you another question because you are an economist. Producers, farmers and processors come see us. The farmer, the person who works in a slaughterhouse, the one who sows vegetables or the one who processes products does not make money.

The person who pays for all of these people does not earn much, and it is an employee who works in one of your plants. He sees his grocery bill going up week after week.

Il faut faire comprendre à la population que les métiers de la transformation alimentaire sont des métiers d'avenir qui ont une valeur. On en a pour plusieurs années à faire ce travail. Entre-temps, il faut pouvoir utiliser les travailleurs étrangers pour combler les besoins, en attendant que la population comprenne que le secteur de la transformation offre de bonnes perspectives de carrière.

**Le sénateur Maltais :** Je voudrais vous remercier du travail que vous faites dans le secteur de la transformation alimentaire. Cela demande beaucoup de dextérité et de compétitivité.

On a parlé de beaucoup de choses, mais on n'a pas parlé des consommateurs. Le consommateur canadien, depuis quelques années, voit sa facture d'épicerie augmenter de semaine en semaine. Le prix du bœuf suit celui du pétrole, et on se demande s'il n'y a pas un cartel quelque part, parce que chaque printemps, lorsque les barbecues sortent, on voit monter le prix du bœuf. Pendant ce temps, le jus de tomate augmente de 3 cents. Personne ne s'en est aperçu, mais si vous en faites la vérification, c'est vrai.

On profite d'une augmentation sur un produit spécifique pour augmenter les autres de quelques cents, et le consommateur vérifie sa facture d'épicerie. Pour une mère de famille avec trois enfants, il peut y avoir une différence de 20 \$ à 40 \$ par semaine.

Comment réagissez-vous à ces augmentations?

**Mme Cloutier :** Je peux vous rappeler notre graphique n° 4 : les prix payés aux transformateurs alimentaires n'ont presque pas augmenté depuis 2001. N'oubliez pas que les coûts généraux augmentent pour les transformateurs alimentaires. Le prix du pétrole augmente pour tout le monde, le coût des intrants augmente. Actuellement, on dit que le dollar canadien aux États-Unis représente un avantage pour le secteur manufacturier, mais lorsqu'on achète des intrants aux États-Unis — ce qu'on n'a pas le choix de faire, pour le sucre, et cetera —, il s'agit de coûts additionnels pour les transformateurs alimentaires.

À l'heure actuelle, les marges bénéficiaires pour les transformateurs alimentaires diminuent d'année en année. Nous sommes, au Québec, l'industrie ayant les revenus les plus bas au Canada, environ 6 p. 100 en moyenne, ce qui n'est pas important. Cependant, les coûts payés aux transformateurs alimentaires n'ont pratiquement pas augmenté, malgré les coûts du pétrole, et cetera.

**Le sénateur Maltais :** Je vais vous poser une autre question, puisque vous êtes économiste. Les producteurs, les agriculteurs et les transformateurs viennent nous voir. L'agriculteur, la personne qui travaille dans un abattoir, celle qui sème les légumes ou celle qui transforme les produits ne fait pas d'argent.

La personne qui paie pour tout ce monde gagne peu, et c'est un salarié qui travaille dans l'une de vos usines. Or, il voit sa facture d'épicerie augmenter de semaine en semaine.

As Ms. Cloutier mentioned, some factors are independent, but it is still a fact. What would you say to them?

**Mr. Dupuis:** I have a comment to add to Ms. Cloutier's. A few years ago, prices were very low. Over the past few years, the price of food has increased considerably, and that is a good thing. Prices always fluctuate and can go down a little, but the fact remains that prices are firm.

Ms. Cloutier talked about processing, which has low margins, and it is the same thing for distribution. Let us take the example of Target stores that were a dismal failure. The profit margins of the food retail market in Canada and in Quebec are very low. People do not know it, but it is true. Competition is fierce, which should be reassuring for consumers. Target did not succeed in breaking into the Canadian market, which is extremely competitive in all regions.

Therefore, the ever-increasing grocery bill has nothing to do with the margins of stakeholders in Canada. It is the cost of raw materials that have increased. Yes, there is efficiency to be gained through innovation and we must always continue our efforts in that area. I think that is the basic answer to your question.

**Senator Maltais:** On behalf of consumers, thank you, Mr. Dupuis, for your explanations.

**The Chair:** In discussing your participation in SIAL, you mentioned that Canada's presence is important. In your opinion — because you are at the Standing Senate Committee on Agriculture and Forestry, this morning — do you think our committee could play a role, along with others, in raising the profile of the Canadian agri-food industry, particularly regarding processing? We do not want to impose ourselves, but I would like to hear your opinion on this.

**Mr. Coutu:** Paris is lovely in October.

**Ms. Cloutier:** We extended an invitation to you last year.

**Mr. Coutu:** If it is good for the industry, it is good for us as well. A stronger presence by the Canadian government to support our policies abroad would be good for our sector. This presence would demonstrate that the agri-food sector is a priority for the Canadian government, which is certainly needed.

The agri-food industry has a low profile. We hear about technology and companies like Bombardier, but we are the number one industry in Canada. We are grateful for your physical presence and for the moral support you will provide through the reports you will submit to the government. We ask you to continue your efforts in support of the agri-food industry whenever you have the opportunity.

Comme Mme Cloutier l'a mentionné, certains facteurs sont indépendants, mais il reste que c'est un fait. Que leur répondez-vous?

**M. Dupuis :** J'ai un commentaire à ajouter aux propos de Mme Cloutier. Il y a quelques années, les prix étaient très bas. Au cours des dernières années, le prix des denrées a augmenté considérablement, et c'est tant mieux. Les prix fluctuent toujours et peuvent baisser un peu, mais il reste que les prix sont fermes.

Mme Cloutier a parlé de la transformation, où les marges sont faibles, et c'est la même chose pour la distribution. Prenons l'exemple des magasins Target qui ont subi un échec cuisant. Les marges bénéficiaires du marché du détail alimentaire au Canada et au Québec sont très faibles. Les gens ne le savent pas, mais c'est le cas. La concurrence est énorme, ce qui devrait être rassurant pour les consommateurs. Target n'a pas réussi à percer le marché canadien, qui est extrêmement compétitif dans toutes les régions.

Donc, le coût de la facture d'épicerie qui ne cesse d'augmenter n'a rien à voir avec les marges des intervenants au Canada. Ce sont les coûts des matières premières qui ont augmenté. Oui, il y a un gain d'efficacité à faire avec l'innovation et il faut toujours poursuivre nos efforts en ce sens. Je crois que c'est la réponse fondamentale à votre question.

**Le sénateur Maltais :** Au nom des consommateurs, je vous remercie, monsieur Dupuis, pour vos explications.

**Le président :** Dans le cadre de votre participation au SIAL, vous avez mentionné que la présence canadienne y est importante. Selon vous — puisque vous êtes au Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts, ce matin —, croyez-vous que notre comité pourrait jouer un rôle au sein de rassemblement pour rehausser l'image du secteur agroalimentaire canadien, particulièrement en ce qui concerne la transformation? On ne veut pas s'imposer, mais j'aimerais entendre votre opinion à ce sujet.

**M. Coutu :** Paris, en octobre, c'est très agréable.

**Mme Cloutier :** On vous avait lancé une invitation l'année dernière.

**M. Coutu :** Si c'est profitable pour l'industrie, ce l'est pour nous également. Une présence plus forte du gouvernement canadien pour soutenir nos politiques à l'étranger sera profitable pour notre secteur. Cette présence ne fera que démontrer que le gouvernement canadien accorde une importance prioritaire au secteur agroalimentaire, ce dont il a bien besoin.

Le secteur agroalimentaire se fait discret. On entend parler des technologies et d'entreprises telles que Bombardier, mais nous sommes la première industrie au Canada. Nous vous sommes reconnaissants de votre présence physique et du soutien moral que vous nous apporterez par l'entremise des rapports que soumettrez au gouvernement. Nous vous demandons de poursuivre vos efforts en faveur du secteur agroalimentaire dès que vous en aurez la chance.

**The Chair:** You also raised an issue that is the subject of debate, that is the number of companies within your associations. We want to draw your attention to the matter of temporary workers.

Ms. Cloutier, you mentioned hundreds or thousands of people. Could you verify those numbers within both of your associations and send them to us through the clerk? Can you give us specific numbers, mainly whether it is 1,000 or 5,000 jobs?

**Ms. Cloutier:** We will send you the numbers. We have done the calculations over the past few months. We have been in touch with the main affected companies. We will send you the documents in question.

**The Chair:** We could include this information in our report. Thank you. Meeting adjourned.

(The committee adjourned.)

**Le président :** Vous avez aussi abordé une question qui suscite un débat, soit le nombre d'entreprises au sein de vos associations. Nous voulons attirer votre attention sur la question des travailleurs temporaires.

Madame Cloutier, vous avez mentionné des centaines ou des milliers de personnes. Pouvez-vous revoir ces chiffres au sein de vos deux associations et nous les transmettre par l'intermédiaire du greffier? Pouvez-vous nous donner des chiffres précis, à savoir s'il s'agit de 1 000 ou de 5 000 emplois?

**Mme Cloutier :** Nous vous transmettrons les chiffres. Nous avons fait l'exercice au cours des derniers mois. Nous avons communiqué avec les principales entreprises touchées. Nous vous enverrons la documentation en question.

**Le président :** Nous pourrions insérer ces renseignements dans notre rapport. Je vous remercie. Je déclare la séance levée.

(La séance est levée.)

---



WITNESSES

**Tuesday, May 26, 2015**

*Canadian Institute of Food Science and Technology:*

Allan Paulson, President.

**Thursday, May 28, 2015**

*Agri-Food Export Group Québec-Canada:*

André Coutu, President and CEO;

Raymond Dupuis, Economist and Strategic Advisor.

*Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation:*

Sylvie Cloutier, President and CEO;

Dimitri Fraeys, Vice-President Innovation and Economic Affairs.

TÉMOINS

**Le mardi 26 mai 2015**

*Institut canadien de science et technologie alimentaires :*

Allan Paulson, président.

**Le jeudi 28 mai 2015**

*Groupe Export agroalimentaire Québec—Canada :*

André Coutu, président et chef de la direction;

Raymond Dupuis, économiste et conseiller stratégique.

*Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation :*

Sylvie Cloutier, présidente-directrice générale;

Dimitri Fraeys, vice-président, Innovation et Affaires économiques.