



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 140 • 1^{re} SESSION • 42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 28 février 2019

Président

L'honorable Mark Eyking

Comité permanent du commerce international

Le jeudi 28 février 2019

• (1525)

[Traduction]

Le président (L'hon. Mark Eyking (Sydney—Victoria, Lib.)): Bonjour.

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

Nous accueillons donc les représentants de trois organismes: la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, ventureLAB et Women's Enterprise Organizations of Canada.

Nous tentons d'utiliser au plus cinq minutes pour chaque exposé. Je vous serais donc reconnaissant d'utiliser cinq minutes ou moins, afin que nous ayons le temps de discuter avec les députés. Je demande la même chose aux députés: veuillez ne pas dépasser les cinq minutes qui vous sont imparties.

Nous entendrons d'abord, si cela vous convient, Guy Jobin, de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

Allez-y, monsieur. Vous avez la parole.

[Français]

M. Guy Jobin (vice-président, Services aux entreprises, Chambre de commerce du Montréal métropolitain): Bonjour à tous. Merci de m'accueillir ici aujourd'hui.

Je m'appelle Guy Jobin et je suis vice-président des Services aux entreprises à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain.

La Chambre de commerce du Montréal métropolitain est la voie du milieu des affaires. Représentant plus de 7 000 membres, elle offre des activités et services permettant d'accélérer le développement des PME ici et à l'international. Elle organise plus de 200 activités par année, dont une quarantaine en commerce international qui sont véritablement dédiées à la PME pour l'aider à percer sur les marchés à l'international.

Parmi les services qui sont offerts, nous avons le Programme d'accélération du commerce international, ou PAC. Vous le connaissez peut-être sous le nom de Trade Accelerator Program, ou TAP, qui est également offert partout au Canada. Ce programme existe pour aider les PME qui exportent peu, voire qui n'exportent pas du tout, à élaborer un plan d'exportation. Nous organisons des cohortes de 20 entreprises au maximum. Sur une période de six à huit semaines, les gens bénéficient d'un accompagnement professionnel et ils reçoivent de la formation sur la façon de concevoir leur plan d'exportation, et ils le conçoivent par la suite. À la fin, après huit semaines, ils auront tous en main un plan d'exportation adapté à leur entreprise. Présentement, nous avons quatre cohortes par année dans le cadre de ce programme, et nous nous attendons à en avoir 12 au Québec l'année prochaine.

Nous organisons également 20 ateliers de formation sur l'abc du commerce international. Ce sont de courtes formations de trois heures qui visent à aider les entrepreneurs à comprendre certains sujets, par exemple les lettres de crédit et les incoterms. Ces ateliers sont répartis en petits groupes de 20 personnes au maximum. Il y a donc une bonne interaction entre les formateurs et les participants.

Nous offrons aussi 12 séminaires sur les occasions d'affaires. Ces séminaires ont vu le jour il y a à peu près 18 ans, alors que de 80 à 83 % des exportations québécoises étaient axées sur les marchés américains. Nous nous sommes dit que les entreprises devaient se diversifier, et nous avons décidé de présenter un marché par mois aux entrepreneurs. Je vous dirais que ces séminaires fonctionnent à peu près tout le temps sur le même principe. Ils durent trois heures. Pendant les deux premières heures, nous donnons de l'information sur le marché, le potentiel d'affaires et la façon de faire affaire sur un marché. Ensuite, pendant la deuxième partie, des entreprises québécoises déjà présentes sur ce marché viennent parler de leur expérience, de leurs succès et de leurs échecs. Cela fonctionne très bien et attire en moyenne de 40 à 50 participants par séance. Nous venons d'en avoir une sur le Japon. Nous avons donné vraiment toute l'information sur ce pays, c'est-à-dire sur les occasions d'affaires, et nous avons ensuite avec nous un groupe d'entreprises. Les gens aiment beaucoup en connaître un peu plus et avoir le point de vue d'une entreprise qui a vécu l'expérience sur place.

Enfin, nous organisons une dizaine de missions commerciales par année concernant des marchés aux États-Unis, et ailleurs aussi. Nous revenons de la France, où nous avons assisté au Paris Fintech Forum avec la grappe Finance Montréal. Nous sommes également allés à Singapour et nous retournons au Japon pour la deuxième fois cette année au sujet de l'intelligence artificielle.

C'est un résumé de tout ce que la Chambre de commerce du Montréal métropolitain fait en matière de commerce international. Nous travaillons beaucoup avec des partenaires, par exemple Affaires mondiales Canada, Exportation et Développement Canada, les grappes et d'autres organisations. Nous travaillons ensemble pour offrir ces activités.

Merci.

• (1530)

[Traduction]

Le président: Merci, monsieur.

Nous entendrons maintenant Mme Chee, de ventureLAB.

Allez-y. Vous avez la parole.

Mme Melissa Chee (présidente-directrice générale, ventureLAB):

Bonjour, mesdames et messieurs. Je vous remercie de m'avoir invitée à vous parler aujourd'hui.

Je m'appelle Melissa Chee, et je suis présidente-directrice générale de ventureLAB. J'ai plus de 20 ans d'expérience dans les multinationales fondées au Canada, et j'ai également développé une entreprise de technologie qui envoyait 50 millions d'unités à des clients du monde entier et qui est ensuite devenue cotée en bourse.

Notre entreprise, ventureLAB, est un centre de technologies situé dans la région de York, la grappe technologique la plus dense du Canada, avec plus de 4 300 entreprises technologiques, dont 400 multinationales mondiales.

Chez ventureLAB, nous aidons les entreprises à bâtir et à étendre leurs activités, afin qu'elles deviennent des titans technologiques concurrentiels à l'échelle mondiale grâce à nos programmes et à nos conseils axés sur quatre piliers essentiels pour les entreprises qui sont construites pour s'étendre à l'échelle mondiale, à savoir les capitaux, la technologie, les clients et les talents. Nous desservons une région qui compte près de 1,8 million d'habitants, et notre plus grande zone de service est située dans la région de York, la grande municipalité de l'Ontario qui connaît la plus forte croissance.

Depuis 2011, nous avons aidé plus de 2 000 petites et moyennes entreprises à se lancer en affaire et à prendre de l'envergure, dont plus de 100 entreprises qui ont recueilli plus de 100 millions de dollars grâce à notre programme d'investissement du capital, un programme financé avec l'appui du PARI du CNRC, qui a permis à ces entreprises d'attirer des investissements, de créer des emplois et d'étendre leurs activités sur les marchés mondiaux. Bon nombre des entreprises que nous appuyons ont tiré parti de programmes gouvernementaux, par exemple le Service de délégués commerciaux, le PARI et FedDev.

Nous exploitons un centre d'innovation de 50 000 pieds carrés à Markham qui abrite plus de 45 entreprises technologiques et partenaires d'innovation, et emploie plus de 300 personnes qui viennent travailler chaque jour. Chaque année, nous aidons 400 entreprises technologiques à étendre leurs activités, afin de créer des emplois et d'attirer les investissements et les clients. Nous ne choisissons pas des gagnants, car c'est le marché qui décide ce qui est commercialement viable et ce qui ne l'est pas. Notre rôle consiste à veiller à ce que des fondateurs innovateurs qui ont des idées viables sur le marché aient accès à des réseaux, à des conseils et à un soutien de qualité supérieure, afin d'éviter les obstacles prévisibles et de prendre la bonne décision au bon moment en matière de capitaux, de technologies, de clientèle et de recrutement des talents.

À cette fin, j'aimerais vous parler de deux exemples et idées sur la façon dont les petites et moyennes entreprises canadiennes peuvent devenir des entreprises concurrentielles à l'échelle mondiale et des entreprises qui mettent au point des solutions transformatrices.

Tout d'abord, l'entreprise ForaHealthyMe crée des solutions de soins virtuels axées sur l'amélioration de l'accès des patients aux soins et de la prestation de soins de santé à distance, et elle a tiré parti de programmes gouvernementaux comme le PARI, FedDev et l'accélérateur technologique canadien à Philadelphie.

ForaHealthyMe s'est étendue aux marchés mondiaux, notamment aux États-Unis, en Allemagne, en Chine et aux Pays-Bas. Même si ForaHealthyMe a établi des partenariats avec des organismes de soins de santé communautaires locaux en Ontario, son adoption à grande échelle au Canada représente toujours un défi, car la réglementation rigoureuse complique les choses pour les entreprises émergentes fondées au Canada — comme celle-ci — qui souhaitent offrir leurs produits aux fournisseurs de soins de santé locaux.

Il y a aussi l'exemple de Hyperion Sensors. Cette entreprise a mis au point une solution industrielle révolutionnaire de détection de

l'IdO pour la surveillance des lignes électriques et des équipements de haute tension. La solution de l'entreprise qui a recours aux transformateurs intelligents utilise la fibre optique pour fournir aux services publics une détection et une surveillance en temps réel de l'équipement du réseau électrique, ce qui peut entraîner une réduction des temps d'arrêt pour les consommateurs et une efficacité opérationnelle accrue pour le service public.

Pendant qu'Hyperion accélérât le développement de ses produits, l'entreprise a éprouvé des difficultés à obtenir l'appui des services publics canadiens, ce qui a entraîné l'établissement d'un partenariat avec le géant américain de l'énergie Ameren et la University of Missouri, qui ont fourni une première référence client précieuse et qui ont validé le produit.

En raison du succès de Hyperion aux États-Unis, l'entreprise a récemment été choisie par Alectra Utilities, l'une des plus importantes entreprises de services publics du Canada, pour lui fournir une solution liée à la surveillance des câbles électriques souterrains.

Il s'agit d'un excellent exemple de la façon dont les premiers utilisateurs sont essentiels à la réussite des petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent étendre leurs activités à l'échelle mondiale.

J'aimerais vous faire part de deux idées qui, à notre avis, peuvent aider à relever certains de ces défis.

La première concerne l'adoption de technologies et de solutions canadiennes par les organisations et les organismes gouvernementaux. Nous voulons que le gouvernement du Canada devienne le premier acheteur de technologies et de solutions novatrices et concurrentielles à l'échelle mondiale créées par des petites et moyennes entreprises canadiennes qualifiées, afin de donner à ces entreprises un solide avantage sur le plan de la commercialisation et une première référence précieuse pour étendre leurs activités à l'échelle mondiale.

Si on imposait des quotas en matière de solutions canadiennes admissibles aux organisations gouvernementales, cela donnerait aux petites et moyennes entreprises canadiennes la capacité d'accélérer leur expansion sur les marchés étrangers et augmenterait la probabilité de mobiliser des capitaux, soit par l'entremise de sources de capitaux privés, soit par l'entremise de partenariats stratégiques. Ainsi, les petites et moyennes entreprises canadiennes seraient financées pour investir dans les talents et l'infrastructure locaux.

La deuxième idée consiste à veiller à ce qu'on tienne compte des solutions canadiennes dans chaque achat, de sorte que des entreprises canadiennes qualifiées et axées sur le marché mondial soient inscrites sur la liste des fournisseurs et vendeurs officiels.

L'adoption de solutions canadiennes permettra aux petites et moyennes entreprises canadiennes de prospérer davantage sur les marchés mondiaux et créera une réserve durable d'entreprises concurrentielles et axées sur le marché mondial ici même au Canada.

Je serai heureuse de répondre à vos questions et de vous parler de nos travaux.

Je vous remercie beaucoup de votre temps.

• (1535)

Le président: Merci, madame Chee, d'avoir respecté le temps imparti.

Nous sommes partis de Montréal pour aller à Markham, et nous irons maintenant jusqu'au Manitoba, où le temps est sûrement doux.

Par téléconférence, nous entendrons Mme Altner, de Women's Enterprise Organizations of Canada.

Vous avez la parole.

Mme Sandra Altner (présidente, Women's Enterprise Organizations of Canada): Je vous remercie de me donner l'occasion de vous parler.

Women's Enterprise Organizations of Canada, souvent connue sous l'acronyme WEOC, est une association nationale d'organismes de soutien financés par le gouvernement qui s'efforcent d'aider les femmes à démarrer et à agrandir des entreprises.

Actuellement, nous sommes présents partout au Canada et chacun de nos organismes membres appuie des clients et offre des services consultatifs et des services de formation. Ici, dans l'Ouest, nous accordons aussi des prêts. Malheureusement, ce service de prêts n'est pas offert dans l'Est du pays. C'est dommage, car la combinaison de prêts à l'interne et de services consultatifs s'est avérée être de loin une solution plus efficace que de choisir seulement l'une ou l'autre option.

Même si l'accroissement de la mondialisation a facilité l'entrée des petites entreprises dans le secteur de l'exportation, les femmes propriétaires d'entreprises sont moins susceptibles d'exporter. Même si les entreprises appartenant à des femmes représentent près de 16 % de toutes les petites et moyennes entreprises, elles représentent un pourcentage beaucoup plus faible des entreprises exportatrices.

Les entreprises appartenant à des femmes ont tendance à oeuvrer dans le secteur de la santé, de l'information, des arts et de la vente au détail, plutôt que dans les secteurs des produits et services plus exportables, par exemple la fabrication, les services techniques et le commerce de gros.

Une partie de cette tendance à ne pas exporter vient simplement du fait que beaucoup de femmes ne voient pas le potentiel d'exportation de leurs produits ou services. Elles ne sont pas prêtes à prendre le risque d'aller de l'avant ou elles ne croient pas posséder les compétences ou les aptitudes nécessaires pour soutenir la concurrence à plus grande échelle.

Toutefois, comme nous le savons tous, les petites et moyennes entreprises appartenant à des femmes représentent un potentiel de croissance pour l'exportation, étant donné la disparité actuelle dans les chiffres. En effet, de plus en plus de pays du G7 et du G20 reconnaissent l'importance de ce secteur qui manque de ressources et de services, car un plus grand nombre de femmes entrent dans les secteurs de la fabrication, de l'agroalimentaire et de l'agroalimentaire à valeur ajoutée, ce qui suscite un intérêt commercial de plus en plus marqué.

Dans l'ensemble, nos organismes membres veillent à ce que leurs entreprises clientes soient viables et robustes et à ce que leurs chiffres soient adéquats tout en s'assurant que les entreprises, qu'il s'agisse d'entreprises en démarrage, en expansion ou en cours d'achat, aient une espérance de survie raisonnable. De plus, lorsque des prêts sont accordés, ils garantissent qu'ils ont une bonne chance d'être remboursés, évidemment.

Au cours des huit ou neuf dernières années, on a mis l'accent sur le renforcement des capacités d'exportation chez nos clients dans les secteurs où les produits et les services présentent un potentiel, même très faible, d'exportation. C'est attribuable à l'intérêt accru du gouvernement à l'égard de l'exportation et à notre propre évolution à titre d'organismes de soutien qui reconnaissent l'importance de la croissance par l'entremise de marchés élargis, et c'est aussi attribuable en partie au fait qu'on reconnaît de plus en plus que la

diversité des fournisseurs aux États-Unis, et plus récemment au Canada, représente une bonne pratique commerciale, et pas seulement une responsabilité sociale des entreprises.

Pour ceux qui ne le savent pas, on reconnaît que pour les entreprises et les organismes gouvernementaux, la diversité des fournisseurs est l'avantage qui découle de la diversification du réseau d'approvisionnement pour inclure les femmes et les minorités et d'autres segments mal desservis du milieu des affaires.

Aux États-Unis, les services d'approvisionnement ont reçu le mandat de trouver divers fournisseurs, ce qui a donné lieu à des foires commerciales et à des occasions d'affaires axées sur la diversité des fournisseurs. Pour les femmes, la grande foire commerciale de juin, organisée par le Women's Business Enterprise National Council, ou le WBENC, accueille chaque année plus de 4 000 participants, dont au moins 15 % sont des spécialistes des achats de grandes entreprises et d'organismes gouvernementaux. Cette année, WEOC, en collaboration avec Femmes d'affaires en commerce international, amènera plus de 100 femmes de partout au Canada au WBENC pour qu'elles exposent leurs produits et leurs services.

En plus de nos principaux services consultatifs et nos services de formation de base, notre plus grande contribution à cet égard est l'encadrement et le renforcement des capacités, ainsi que l'accompagnement dans les missions commerciales, qui est particulièrement important pour les nouveaux exportateurs, et la création de liens avec d'autres communautés et ressources d'exportation pour les femmes.

Nous encourageons nos clients à participer au WBENC. Ils trouvent habituellement assez de ressources pour être en mesure d'envoyer notre personnel pour les aider à établir des liens avec les acheteurs et d'autres parties intéressées là-bas. Souvent, l'avantage de ces déplacements, au-delà de la possibilité d'établir des contacts initiaux avec des marchés potentiellement plus larges, c'est qu'ils offrent l'occasion d'interagir avec les entrepreneurs américains qui représentent peut-être des marchés secondaires ou tertiaires, et d'accroître ensuite graduellement la capacité jusqu'à pouvoir servir des clients plus importants.

Le gouvernement appuie énormément les petites et moyennes entreprises dans les occasions d'exportation à l'échelle mondiale pour les associations, notamment CanExport, évidemment, le Service des délégués commerciaux du Canada et dans notre cas, Femmes d'affaires en commerce international, ou FACI, qui relève d'Affaires mondiales Canada. FACI veille à ce que les femmes d'affaires canadiennes puissent explorer les possibilités offertes à l'échelle internationale. L'organisme collabore avec le Service des délégués commerciaux du Canada, afin d'élaborer des missions commerciales, et il établit des partenariats avec notre organisme pour renforcer la capacité des femmes.

• (1540)

Dans quels domaines le gouvernement pourrait-il en faire plus? Nous avons des budgets fixes, mais des mandats élargis, et je dirais donc qu'il faut du financement ou des fonds réservés pour les projets de soutien à l'interne — pour l'exportation, les services consultatifs en matière d'exportation, les services d'accompagnement et d'encadrement —, ainsi qu'un mécanisme par lequel nous pourrions obtenir du financement direct pour la préparation et l'accompagnement de nos clients lors de missions commerciales. C'est très important dans le cadre de notre rôle de conseillers de confiance. Nous avons souvent convaincu nos clients de participer à une mission commerciale, et nous devons être disponibles pour les aider à renforcer cette capacité et les encadrer vers la réussite et pour négocier avec d'autres ressources et établir des liens importants pour eux. Nous sommes les organismes de base qui établissent les fondements qui permettent aux entreprises de s'agrandir, ce qui accroît notre profil commercial.

Je vous remercie de votre attention.

Le président: Merci, madame Altner.

Nous allons maintenant entamer une série de questions des députés. Chaque intervenant aura cinq minutes. Il est important de poser de brèves questions et d'obtenir de brèves réponses des témoins, mais il est également très important que les députés précisent le nom du témoin auquel la question s'adresse, afin d'éviter la confusion.

Sans plus attendre, nous entendrons les conservateurs. D'après ce que je comprends, M. Carrie et M. Hoback partageront leur temps.

Allez-y. Vous avez la parole.

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

Monsieur Jobin, j'ai récemment participé, à Oshawa, à une table ronde pour les entreprises locales qui s'intéressent à l'exportation. Je remarque que vous offrez des occasions et des ressources aux entreprises. Le plus gros défi dont j'ai entendu parler à cette table ronde, c'est que les intervenants ne savaient à qui s'adresser. Ils cherchaient des programmes gouvernementaux et il semble y avoir un problème à cet égard.

Toutes les chambres de commerce offrent-elles ces types de programmes dont les entreprises locales peuvent profiter? Faut-il toujours être membre pour participer?

[Français]

M. Guy Jobin: Vous n'avez pas besoin d'être membre pour participer aux activités. Les chambres de commerce métropolitaines, particulièrement les chambres importantes, sont en voie d'utiliser ou utilisent déjà le Trade Accelerator Program à l'échelle du Canada présentement. C'est un programme qui a des chances d'être financé par le gouvernement fédéral. En fait, nous sommes en attente d'une réponse. Nous espérons qu'il sera financé pour qu'il puisse être étendu à tout le Canada, ce qui aiderait les entreprises à concevoir leur plan d'exportation.

[Traduction]

M. Colin Carrie: Merci beaucoup.

Madame Chee, vous avez mentionné la réussite de deux entreprises, à savoir ForaHealthyMe et Hyperion Sensors. J'aimerais obtenir des éclaircissements. J'ai été un peu déçu lorsque vous avez précisé que ForaHealthyMe est allée aux États-Unis, au bout du compte, à cause d'un problème lié à la réglementation rigoureuse en

vigueur ici, et lorsque vous avez dit que Hyperion a utilisé du capital de risque américain ou quelque chose de ce genre.

Il semble seulement que nous avons des entreprises canadiennes qui souhaitent réussir, mais qu'elles doivent aller ailleurs pour prospérer. Je trouve cela très préoccupant. Nous avons d'excellents accords commerciaux dont nous pouvons commencer à tirer parti, mais on me dit que les entreprises doivent aller ailleurs. Pourriez-vous nous expliquer pourquoi vous observez cela?

Vous avez également mentionné l'idée d'un « premier acheteur » de produits canadiens, surtout dans le volet de la commercialisation. Avez-vous d'autres idées précises que nous pourrions mettre en oeuvre pour garder ces entrepreneurs canadiens et ces futurs champions au pays?

Mme Melissa Chee: Certainement. Je répondrai d'abord à vos deux premières questions.

En ce qui concerne ForaHealthyMe, je crois que pendant de nombreuses années, le fondateur et son entreprise ont tenté de s'y retrouver dans le système de soins de santé de l'Ontario, mais en raison de règlements en matière d'approvisionnement différents et assez stricts sur les entreprises avec lesquelles les hôpitaux sont autorisés et en mesure de travailler, dans l'ensemble, l'infrastructure a rendu les choses très difficiles pour ces entreprises. C'est seulement un exemple.

Ce fondateur, qui est représentatif d'un grand nombre de nos entreprises, a mieux réussi à l'étranger, ce qui lui a permis d'obtenir une première référence client et de revenir ensuite au pays. Son entreprise commence maintenant à être reconnue. Ce sont donc quelques éclaircissements que je peux vous donner sur l'entreprise ForaHealthyMe.

En ce qui concerne le deuxième exemple, le fondateur a tenté, pendant quelques années... Pendant que Hyperion tentait de faire reconnaître ses produits en Ontario, il a parlé à certains des services publics locaux, il a organisé des démonstrations, il a eu de nombreuses conversations et il a exploré des partenariats. Le premier intérêt réel a été manifesté par une entreprise américaine, Ameren, le géant de l'énergie au Missouri. C'est donc un autre exemple.

Nous avons choisi ces deux exemples pour tenter d'expliquer pourquoi nous sommes d'avis que nous pouvons en faire davantage ici, au Canada, à cet égard.

Je vais utiliser un bon exemple de réussite canadienne, et c'est celui d'une entreprise multinationale que, je le crois, nous devrions tenter d'imiter.

Il s'agit d'ATI Technologies, une entreprise de conception graphique créée à Toronto à la fin des années 1980. Elle s'est agrandie jusqu'à pouvoir faire concurrence à Intel. L'entreprise a commencé dans un petit bureau de 20 personnes à Markham et 25 ans plus tard, elle devenait cotée en bourse. Elle a été achetée par AMD, une multinationale américaine qui mène ses activités à l'échelle mondiale.

Ce qu'il est important de retenir, dans ce cas-ci, c'est que cette entreprise continue d'employer 2 500 personnes à Markham, ce qui représente un excellent impact économique pour notre pays.

Ce sont les types d'entreprises que nous aimerions voir en plus grand nombre.

Pour répondre à votre troisième question sur ce qui peut être fait, selon mon expérience professionnelle — j'ai été une fondatrice et j'ai agrandi une entreprise qui est devenue cotée en bourse —, je crois notamment que les accords commerciaux que nous avons signés représentent une occasion en or. En effet, il y a de nombreux investisseurs et capitaux très intéressants et attirants à l'étranger, et nous avons l'occasion d'attirer ces capitaux au Canada.

Toutefois, je crois que certains accords commerciaux entraînent un fardeau lié à la protection de la propriété intellectuelle canadienne. Lorsque ces capitaux arrivent au Canada, je crois qu'on devrait prévoir une sorte de — je ne sais pas — mandat ou accord qui indique que si un investisseur étranger vient au Canada pour investir dans une entreprise basée au Canada, il faut que cette entreprise reste ici; il faut l'aider à s'agrandir et à créer des emplois ici.

Cela ne signifie pas qu'on ne souhaite pas que cette entreprise soit concurrentielle à l'échelle mondiale. Cependant, dans l'exemple que je vous ai donné sur ATI, qui est devenue AMD, 25 % de sa main-d'oeuvre mondiale est toujours au Canada. C'est maintenant une entreprise américaine. Elle est cotée en bourse. Elle a été achetée aux prix de 5,4 milliards de dollars en 2006. Mais on crée toujours de la vraie technologie au Canada.

Voilà donc certaines des solutions que je voulais vous proposer.

• (1545)

Le président: Merci.

La parole est maintenant aux libéraux.

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

[Français]

M. Richard Hébert (Lac-Saint-Jean, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie évidemment tous les témoins qui sont venus témoigner aujourd'hui. C'était très intéressant.

Ma prochaine question s'adresse à M. Jobin, qui est à Montréal.

J'ai été très impressionné par votre témoignage. Vous semblez très au courant des différents services et vous en offrez vous-mêmes dans votre organisation, que ce soit le PAC, des coopératives d'entreprises, des formations sur les plans d'exportation ou sur les marchés à l'international ou encore des séminaires. Franchement, monsieur Jobin, je vous félicite de votre travail.

On a tous des difficultés. Vos membres doivent sûrement être au courant des services offerts par notre gouvernement. Les services offerts par notre ministère à la petite entreprise et à la promotion de l'exportation aident-ils suffisamment les petites entreprises à exporter davantage?

On sait que le pourcentage des exportations est seulement de 12 % présentement. Nous souhaiterions pouvoir l'augmenter. Vous savez que nous venons de conclure 14 accords avec 51 pays, qui nous offrent la possibilité de faire affaire avec 1,5 milliard de clients, ce qui représente 62 % de l'économie mondiale.

Comment pouvons-nous vous aider davantage, monsieur Jobin?

M. Guy Jobin: Je vais répondre en vous parlant d'abord de ce qui manque aux jeunes entrepreneurs. Au Québec, 98 % des entreprises sont des PME. La majorité manque de ressources diverses, par exemple sur le plan des ressources humaines. Quand elles n'ont pas d'expérience, nous tentons de les inciter à aller vers les autres provinces. Le commerce interprovincial n'est pas vraiment exploité présentement.

Nous avons un nouvel accord, soit l'Accord de libre-échange canadien, ou ALEC. Cependant, ni les gouvernements provinciaux ni le fédéral n'ont établi de stratégie quant à la façon d'en faire bénéficier nos entreprises. C'est un bon tremplin pour celles qui exportent peu en ce sens que cela peut les aider à faire un premier pas vers l'exportation. Une fois que les entreprises francophones ont franchi ce pas, ne serait-ce que vers le Canada anglais, cela leur est plus facile ensuite d'aller ailleurs, comme aux États-Unis ou en Europe. C'est l'une des façons d'aider nos entreprises.

Le fédéral est très présent. Nous travaillons très fort avec les représentants d'Affaires mondiales Canada. Nous sommes ainsi très au courant de leur stratégie concernant le commerce à l'international, et nous leur communiquons nos programmations de façon régulière. Selon nous, nos entreprises pourraient vraiment bénéficier du volet pancanadien. Il faut le développer davantage.

• (1550)

M. Richard Hébert: Merci de votre commentaire.

Est-ce qu'il me reste encore un peu de temps, monsieur le président?

[Traduction]

Le président: Il vous reste une minute.

[Français]

M. Richard Hébert: Merci, monsieur le président.

Ma question s'adresse maintenant à Mme Altner, au Manitoba.

Vous êtes membre de Women's Enterprise Organizations of Canada. Vous savez sûrement que les femmes possèdent seulement 16 % des entreprises. Notre ministère souhaiterait doubler ce pourcentage d'ici 2025.

Pour y arriver, nous avons une stratégie en place. Un fonds de 2 milliards de dollars a justement été consenti pour aider les femmes en entrepreneuriat. Madame Altner, pouvez-vous nous parler d'autres manières qui nous permettraient d'atteindre cet objectif?

[Traduction]

Mme Sandra Altner: Pouvez-vous répéter la question?

M. Richard Hébert: Certainement.

Madame Altner, vous savez que les femmes possèdent seulement 16 % des entreprises. Notre ministère souhaite doubler ce nombre d'ici 2025. Avez-vous des suggestions qui pourraient aider votre organisme?

Mme Sandra Altner: Oh, c'est une merveilleuse question, et je vous remercie de l'avoir répétée.

M. Richard Hébert: Je vous en prie.

Mme Sandra Altner: Nous — c'est-à-dire les membres et notre organisme, WEOC — avons présenté des projets dans un concours qui permet d'obtenir des fonds dans le cadre de la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat — et je suis sûre que vous connaissez cette stratégie dans laquelle le gouvernement a investi 1,7 milliard de dollars, je pense, pour le développement des entreprises appartenant à des femmes. Nous lui en sommes très reconnaissants.

D'un bout à l'autre du pays, chacun de nos organismes, ainsi que WEOC, l'organisme-cadre, a présenté des propositions de projets liés au soutien commercial, aux occasions supplémentaires de mentorat par les pairs, aux services consultatifs pour la formation, à l'augmentation des prêts et à une large gamme d'interventions qui, selon les conclusions auxquelles est parvenu notre organisme au cours de ses 20 ou 25 ans d'existence, sont des interventions très efficaces pour lesquelles nous n'avons pas obtenu les ressources nécessaires pour les développer complètement. Nous attendons de voir les résultats de certains de ces projets. Ils sont très compétitifs et ont reçu trop d'inscriptions, et nous espérons donc que nos organismes, qui ont fait leurs preuves et possèdent certainement une expérience approfondie dans ce domaine, auront l'occasion de mettre au point des soutiens supplémentaires pour satisfaire à l'exigence consistant à doubler le nombre de femmes dans les entreprises, car c'est certainement un secteur qui manque de ressources.

J'aimerais également ajouter que le travail accompli par WEOC, à titre d'organisme-cadre, pourrait également être très utile dans ce domaine, car même si un grand nombre des organismes conventionnels, par exemple, Aide au développement des collectivités et d'autres organismes, ont des membres partout au pays et une association nationale qui rassemble tous ces organismes pour favoriser le partage des pratiques exemplaires, etc., WEOC est un organisme bénévole qui n'a essentiellement aucun financement pour mener ses activités.

Si vous avez une influence quelconque à cet égard et si vous pouvez mettre votre nom sur une liste et nous donner un coup de pouce dans ce domaine, nous vous serions extrêmement reconnaissants, car nous sommes certainement les outils qui permettront à cela de se concrétiser.

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons maintenant passer au NDP.

Madame Ramsey, vous avez cinq minutes.

Mme Tracey Ramsey (Essex, NPD): Merci de comparaître aujourd'hui.

Une grande partie du travail que nous faisons ici au comité du commerce consiste à examiner les dispositions d'accords commerciaux, et d'essayer de comprendre comment le libellé est interprété par vos entreprises et les travailleurs sur le terrain, dans de nombreux secteurs. Vous avez mentionné la stratégie fédérale, qui est une mesure très importante selon moi. Nous devons revenir au début de la négociation de ces accords, vous faire participer et discuter de vos besoins uniques, pour être en mesure de servir la grande proportion de PME — je pense que quelqu'un a parlé de 98 % — au Québec. Ce n'est pas unique au Québec. C'est ainsi dans toutes les provinces.

À l'avenir, les débouchés commerciaux seront pour les PME. J'aimerais vous demander comment, selon vous, le gouvernement peut faire mieux pour vous communiquer les détails des accords commerciaux, pour les comprendre et les interpréter, et pour vous inclure dans le processus dès le départ, afin qu'il soit question de vos besoins à la table des négociations. Je vous demande à tous les trois de répondre, de dire ce que vous en pensez?

Nous pourrions peut-être commencer par Mme Chee.

• (1555)

Mme Melissa Chee: C'est une excellente question. Je sais après avoir travaillé avec 2 000 PME que cela s'explique en partie parce qu'il n'est pas dans la nature des entrepreneurs de consulter un site

Web du gouvernement. Même lorsque j'élargissais les activités de ma propre entreprise, je ne savais rien sur les accords commerciaux.

Il faut une communauté qui fait valoir et qui transmet l'information en personne. C'est une des choses que nous faisons à VentureLAB, car nous avons un centre d'innovation. Nous avons des partenaires comme le Conseil national de recherches du Canada, dans le cadre du Programme d'aide à la recherche industrielle, la province, l'université et d'autres partenaires de l'écosystème qui permettent à notre communauté d'entrepreneurs résidents et virtuels — nous en voyons plus de 500 par année — d'obtenir l'information en temps réel. Il nous arrive souvent d'accueillir des députés fédéraux et des députés provinciaux qui participent à des tables rondes avec les entreprises pour communiquer et échanger de l'information.

Pour ce qui est des détails proprement dits, je répète que d'après mon expérience, et selon les centaines d'entreprises avec lesquelles nous travaillons, les entrepreneurs sont naturellement tournés vers le monde. Ils vont suivre les consommateurs. S'ils ont un produit concurrentiel ayant une véritable valeur intrinsèque, ils iront où se trouve le marché, où le marché les guidera, peu importe l'endroit.

Dans mon cas, la première mouture de notre produit, de notre puce, s'est vendue plus de 50 millions de fois. Nos clients étaient en Corée. C'étaient des fabricants mondiaux de téléviseurs. Ils étaient au Japon. Ils étaient en Chine. Sur le plan commercial, comme l'endroit où notre produit était vendu, là-bas ou au Canada, ce qui ressortait, c'est surtout qu'il aurait été beaucoup plus facile de le fabriquer ici pour ensuite se tourner vers les marchés mondiaux, à défaut d'avoir... que ces marchés soient les bons ou non à convoiter... Les entrepreneurs vont où la demande pour leur produit se trouve.

Mme Tracey Ramsey: Merci.

Le président: Quelqu'un d'autre a-t-il une brève réponse à la question de Mme Ramsey?

Mme Tracey Ramsey: Allez-y, monsieur Jobin.

[Français]

M. Guy Jobin: En fait, à ma connaissance, le Canada est le seul pays du G7 à avoir conclu un accord avec tous les autres pays du G7. Je suis d'accord avec Mme Chee. Ce qui fonctionne le mieux, ce n'est pas nécessairement lorsque des employés gouvernementaux viennent nous parler d'accords, mais c'est plutôt lorsque des entrepreneurs viennent témoigner de leur expérience et parler d'un marché soutenu par le gouvernement.

La semaine dernière, nous avons tenu une activité sur le nouvel accord de partenariat transpacifique. Habituellement, ce type d'événement attire une cinquantaine de personnes. Cette fois-ci, 130 personnes étaient venues entendre les témoignages de gens d'entreprises qui ont parlé de la manière dont ils pouvaient tirer profit de l'accord. L'ambassadeur du Canada au Japon, qui était de passage par hasard, est venu parler du fait que nos entreprises avaient un avantage par rapport aux compagnies américaines. De fait, le Japon n'a pas encore conclu d'accords avec les États-Unis.

Donc, ce qui fonctionne bien, ce sont les témoignages de gens d'entreprises, c'est le fait d'entendre ses pairs d'autres entreprises venir discuter de leur expérience, avec l'appui des gens du gouvernement, bien entendu.

[Traduction]

Mme Tracey Ramsey: Oui. Merci.

Le président: Nous n'avons pas beaucoup de temps, mais Mme Altner, si vous pouvez répondre rapidement, nous pourrions vous écouter.

• (1600)

Mme Sandra Altner: Oui, j'ai une réponse très brève qui comporte deux volets.

Premièrement, nous désirons grandement participer à l'élaboration d'accords commerciaux, compte tenu de ce qui a fonctionné si bien aux États-Unis, à savoir que les entreprises qui font affaire avec le gouvernement ont le mandat de diversifier leur réseau de fournisseurs. Nous aimerions voir quelque chose de semblable au Canada, c'est-à-dire une garantie que des femmes entrepreneures participent à l'élaboration de tous les accords commerciaux afin d'atteindre une certaine parité.

Deuxièmement, bien entendu, sur le plan de la gouvernance, il faut mesurer les résultats des accords commerciaux afin d'avoir des données ventilées selon le sexe pour mesurer l'efficacité des programmes et la parité dans l'attribution des marchés au fil du temps, dans le but de voir quels sont les progrès réalisés à cet égard.

Le président: Merci beaucoup. Nous allons passer au dernier député de la journée.

Madame Ludwig, vous avez cinq minutes. Vous partagez votre temps avec M. Peterson.

Mme Karen Ludwig (Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, Lib.): Oui, merci, monsieur le président. Je vais donner ma première minute à M. Peterson.

M. Kyle Peterson (Newmarket—Aurora, Lib.): Merci. Je vous en suis reconnaissant, madame Ludwig.

Comme je viens de la région d'York, je tenais à avoir la chance de poser une question à Melissa.

Bienvenue, Melissa. Je suis heureux que vous voir ici. Vous pourriez peut-être en dire davantage pour toute le monde sur l'écosystème actuel dans la région d'York et sur cet essor dans les domaines de l'innovation et de la technologie, ainsi que sur les leçons qui peuvent être apprises dans d'autres régions du pays lorsque des entreprises comme la vôtre veulent tirer parti des marchés internationaux. Faites-nous une publicité de 30 secondes sur l'excellent travail que vous faites dans la région d'York.

Mme Melissa Chee: Merci, Kyle. Je vous en suis reconnaissante.

La région d'York est une communauté dynamique. Comme je l'ai dit, elle compte 1,2 million d'habitants et continue de croître. Plus de 600 000 emplois sont créés. Je crois que c'est le joyau de l'écosystème ontarien au sein d'un plus grand écosystème d'innovation. Nous avons des multinationales, comme AMD, IMB avec son siège social et Global Software Lab. Nous avons aussi des PME et de jeunes entreprises prospères.

L'un des aspects vraiment uniques de la région d'York, en particulier autour de Markham, c'est que Markham est, je crois, la ville la plus diversifiée au Canada. Je crois que plus de 78 % des habitants sont nés à l'étranger. Grâce à cela, dans notre communauté, nous avons le monde à nos pieds. Ces différentes cultures et ces différentes façons de penser se superposent toutes dans les entreprises qui multiplient leurs activités dans la communauté.

Un autre attribut unique, je crois, de ces entrepreneurs qui prennent de l'expansion et multiplient leurs activités, c'est qu'ils viennent de ces multinationales. Ce sont des entrepreneurs chevronnés qui ont déjà fait ce travail et qui sont donc plus

susceptibles d'avoir du succès. L'un des deux dont j'ai parlé vient en fait de ATI.

Je pense que c'est une sorte de communauté vraiment dynamique, et les programmes gouvernementaux comme celui des supergrappes, ceux de FedDev et les autres auxquels nous participons dans notre écosystème nous permettent de parcourir le pays pour mettre en commun nos connaissances.

M. Kyle Peterson: Merci de ces explications.

Je crois que Mme Ludwig a maintenant quelques questions.

Mme Karen Ludwig: Je vous remercie tous de vos exposés.

Ma première question est pour vous, monsieur Jobin.

Vous nous avez notamment parlé de vos ateliers. Les membres de la Chambre de commerce doivent-ils payer pour assister aux ateliers?

M. Guy Jobin: Oui, ils doivent payer.

Mme Karen Ludwig: Combien de temps durent les ateliers? Vous avez de six à huit semaines, mais est-ce un format de fin de semaine ou...?

M. Guy Jobin: Non. Ce programme, le Programme d'accélération du commerce international, le PAC, dure de six à huit semaines, mais les ateliers durent trois heures. Ce sont essentiellement des colloques d'une demi-journée. Il y a parfois une séance de réseautage après le dîner, mais il s'agit essentiellement de colloques d'une demi-journée. C'est ce que les entreprises aiment. Elles n'aiment pas quand c'est trop long, car, essentiellement, le temps, c'est de l'argent.

Mme Karen Ludwig: L'ampleur de l'étude, l'objectif général, est vraiment de mieux amener les petites entreprises à faire du commerce. Il ne fait aucun doute que, à mesure que les gouvernements successifs signent des accords commerciaux — il y en a maintenant avec 51 pays —, nous essayons de sensibiliser les gens aux services de diversification. C'est exactement ce que vous faites. Je me demande comment nous pouvons prendre nous inspirer d'une partie du travail que vous faites dans votre région pour en faire autant partout au pays. Pouvez-vous nous parler un peu de la formation sur la diversification à laquelle vous travaillez?

M. Guy Jobin: Oui, nous travaillons aussi... Quand je parle de la Chambre de commerce, il faut savoir que l'organisation comprend le Centre de commerce mondial Montréal, comme dans d'autres provinces. Il y a le World Trade Center Toronto, et la même chose à Winnipeg, à Halifax et à Vancouver.

Elles sont toutes très actives. Nous discutons tout le temps entre nous. Le PAC, dont j'ai parlé, est un programme qui a été lancé à Toronto et qui est maintenant repris d'un bout à l'autre du Canada. À Vancouver, c'est exactement le même modèle. Le World Trade Center Vancouver fait partie de la Chambre de commerce. C'est la même chose à Toronto. À Winnipeg, c'est un peu différent. C'est la chambre qui détient le permis, et on collabore, mais ils ne sont pas entièrement intégrés, comme ce qu'on voit ici, à Toronto ou à Vancouver.

• (1605)

Mme Karen Ludwig: J'ai une dernière question pour vous. Au-delà de la première ou de la deuxième année, faites-vous un suivi de la réussite sur les marchés d'exportation des gens d'affaires qui ont participé à vos ateliers? Reviennent-ils suivre les ateliers sur la diversification?

M. Guy Jobin: C'est un défi auquel nous sommes tous confrontés. Nous essayons de faire un suivi. Quand ils prennent part avec nous aux missions commerciales, si nous passons, disons, cinq jours avec eux, nous améliorons notre relation. S'ils viennent pour trois heures et que nous les appelons six mois plus tard, cela ne fonctionne pas aussi bien. Un colloque de sensibilisation, par exemple, à la façon de faire des affaires au Japon est un bon moyen pour nous d'intéresser davantage les gens au marché et de mettre ensuite sur pied une mission commerciale. La préparation d'une mission commerciale coûte très cher et nous demande beaucoup de temps. Nous tenons d'abord à leur parler du marché pour ensuite, peut-être, faire une mission un an plus tard. C'est essentiellement ainsi que nous travaillons.

[Français]

Mme Karen Ludwig: Merci.

[Traduction]

Le président: Merci, madame Ludwig.

Voilà qui met fin aux questions des députés et aux exposés des témoins. Nous avons eu huit bonnes réunions. Nous avons entendu 30 témoins venant de partout au pays et de différents secteurs, groupes et chambres de commerce. Nous avons entendu de très bons témoignages et d'excellents exposés.

À titre informatif pour les témoins qui sont avec nous aujourd'hui, lorsque nous aurons fini notre rapport — il nous faudra quelques semaines pour le préparer —, vos recommandations y seront avec beaucoup d'autres, y compris certaines des mesures que nous pouvons promouvoir pour permettre au gouvernement d'aider des PME d'un bout à l'autre du pays.

Merci de vous être joints à nous aujourd'hui. Nous allons présenter un rapport, dans lequel vous trouverez aussi de bonnes observations d'autres organisations ayant comparu devant nous.

Merci. Vous avez fait un excellent travail.

La séance est levée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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

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