



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 027 • 2^e SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 6 mai 2014

Président

L'honorable Rob Merrifield

Comité permanent du commerce international

Le mardi 6 mai 2014

• (1100)

[Traduction]

Le président (L'hon. Rob Merrifield (Yellowhead, PCC)): Je déclare la séance ouverte.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, nous effectuons une étude des effets positifs du Plan d'action sur les marchés mondiaux.

C'est une étude que nous entamons à peine. Comme d'habitude quand nous commençons une étude, nous avons un budget pour faire venir des témoins. Les membres du comité l'ont sous les yeux. Si quelqu'un veut bien proposer une motion afin que le budget soit accepté, ce sera fait et nous pourrons passer aux témoignages.

M. MacKenzie propose l'adoption.

(La motion est adoptée.)

Le président: Nous passons maintenant aux aspects plus intéressants de notre étude.

Nous accueillons aujourd'hui, de l'Institut C.D. Howe, Daniel Schwanen, vice-président adjoint pour la recherche. John Curtis, agrégé supérieur de l'Institut C.D. Howe (Toronto) et International Centre for Trade and Sustainable Development (Genève), et professeur auxiliaire à Queen's University, témoignera également.

Nous vous remercions de votre présence, monsieur Curtis, et nous vous laissons commencer. Nous sommes curieux d'entendre votre témoignage, qui sera suivi d'une période de questions et de réponses.

À vous la parole.

M. John Curtis (agrégé supérieur, Institut C.D. Howe (Toronto) et le International Centre for Trade and Sustainable Development (Genève), professeur auxiliaire, Queen's University, à titre personnel): Merci, monsieur le président. Je suis heureux d'avoir été invité à comparaître devant votre comité et d'avoir l'occasion de m'exprimer, même brièvement, sur le Plan d'action sur les marchés mondiaux. J'ai comparu devant le comité en décembre et ai apprécié l'expérience.

Le document, monsieur le président et honorables membres du comité, est clair et convainquant. Il est facile à comprendre, ce qui n'est pas le cas de tous les dossiers fournis aux économistes et aux mordu du commerce. Nous sommes friands d'acronymes, dont le plan est exempt. Les graphiques et les tableaux sont bien faits, et bon nombre des aspects les plus importants des priorités actuelles du Canada — dont l'établissement des marchés étrangers clés et des secteurs prioritaires — sont bien décrits. On y trouve même les adresses et courriels, bref des renseignements très utiles.

Les gouvernements du Canada, d'hier à aujourd'hui, de même que, de plus en plus, les gouvernements provinciaux et territoriaux, lesquels exercent des compétences partagées ou exclusives dans de nombreux domaines visés par les négociations commerciales internationales, réussissent bien depuis 1947 — date de conclusion

de l'Accord général sur les tarifs douaniers et de commerce — à établir, conjointement avec d'autres pays, un cadre solide applicable au commerce et aux questions connexes, notamment l'investissement, dont chaque région du pays dépend étroitement.

Je dirais donc d'entrée de jeu, monsieur le président, que, sur le fond, je vois d'un bon oeil les différents éléments du Plan d'action sur les marchés mondiaux. Le commerce, de même que la négociation et la mise en oeuvre de politiques commerciales énergiques, forment l'un des principaux piliers — la fondation même — de la croissance et de la prospérité économique du Canada. Ce plan décrit bien les développements commerciaux sur le plan international, les acteurs concernés, les priorités du Canada et les bénéficiaires de l'activité concentrée et cruciale qui se déroule dans ce domaine important des politiques publiques et du commerce.

Cependant, force est de constater, monsieur le président, mesdames et messieurs membres du comité, que le Canada a déjà besoin, dès maintenant, d'un Plan d'action sur les marchés mondiaux 3.0. En effet, celui dont nous parlons aujourd'hui date déjà, en dépit de toutes ses qualités. Il ne décrit qu'une moitié du tableau; nous avons besoin de l'autre moitié pour véritablement tirer parti des occasions qui s'ouvrent dans un monde en rapide évolution.

Ce nouveau monde repose sur l'innovation, la créativité, le savoir, les services, Internet et le commerce électronique. Or, aucun de ces éléments n'est mis en relief dans le plan actuel, que j'appellerais 2.0. Notre monde en est un d'importations et d'exportations, où l'investissement remplace souvent le commerce de biens et des services, où des flux massifs de capital submergent parfois le commerce, voire, parfois, l'investissement. C'est un monde de travailleurs qualifiés très mobiles, d'entrepreneurs et d'investisseurs en capital-risque qui peuvent investir et s'établir essentiellement n'importe où. C'est un monde où le Canada peut compter sur différents atouts, mais nous devons les utiliser et les appuyer sagement dans les années à venir.

Vu la taille des investissements requis dans ce monde en émergence, ce monde d'innovation et de savoir intensifs, les secteurs publics et privés du Canada — et d'ailleurs d'autres pays — devront collaborer étroitement pour produire les résultats escomptés, surtout pour le bien de la prochaine génération et de celles qui suivront.

Ce que je pense, c'est que le Plan d'action sur les marchés mondiaux 3.0 devra mettre davantage l'accent sur l'économie nationale que le présent document afin d'aider les exportateurs et les investisseurs à être mieux placés pour profiter de tous les débouchés que notre programme actuel, dynamique et efficace, de négociations commerciales et de promotion du commerce, ouvre dans les marchés étrangers.

Comme le gouverneur de la Banque du Canada et d'autres l'ont affirmé ces derniers temps, les exportations et les emplois qui en dépendent directement ou indirectement — l'aspect indirect étant particulièrement important — n'augmentent pas autant qu'ils devraient ou qu'on l'espérait. En fait, le commerce plombe notre économie dans son ensemble, bien que les chiffres des deux derniers mois semblent à nouveau un peu plus prometteurs.

• (1105)

Nous avons donc beaucoup de travail à faire, un travail qui exigera d'agir sur divers fronts — travail, communautés, capital, éducation, et infrastructure — afin d'aider les commerçants et les investisseurs à réussir et à contribuer encore plus à la croissance et la prospérité du Canada.

Et je crois que, bien que cela soit compréhensible, nous ne portons pas assez attention depuis quelques années à ce qui se passe aux États-Unis. En effet, la distance, la taille et la croissance économique ont leur importance dans le commerce — c'est ce que nous mesurons jour après jour —, et notre plus proche voisin peut compter sur ces trois facteurs. Il est en croissance, il est situé à proximité et il est de grande taille, particulièrement par rapport au Canada. Notre situation géographique nous procure un privilège immense, et nous devrions en tirer parti davantage.

Enfin, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, nous ne devons pas oublier la politique sur les taux de change. Comme toutes les petites et même les grandes entreprises le savent, la variabilité des taux de change contribue à l'incertitude et complique le maintien de l'efficacité, et je sais que votre comité se concentrera sur les PME. Il faut aussi comprendre des aspects tels que le commerce électronique, le commerce en ligne et l'économie numérique, plus généralement, ainsi que la protection des renseignements personnels et les questions de sécurité qui y sont liées.

De plus, il sera important de déterminer comment on peut innover au Canada ou acquérir des technologies et des idées plus efficacement à l'étranger afin de commercialiser et de produire les biens et les services dont les consommateurs et les entreprises du monde entier auront besoin dans les prochaines années.

Il me semble, monsieur le président et honorables membres du comité, que tout cela a sa place dans un plan d'action sur les marchés mondiaux 3.0!

Merci.

• (1110)

Le président: Merci beaucoup.

Nous écoutons maintenant M. Schwanen, qui représente l'Institut C.D. Howe. Vous avez la parole.

M. Daniel Schwanen (vice-président adjoint, Recherche, Institut C.D. Howe): Merci beaucoup, monsieur le président.

Il aurait peut-être fallu inverser l'ordre des témoins, puisque je vais vous parler du plan d'action sur les marchés mondiaux actuel et non du futur plan envisagé par John.

Merci beaucoup. J'apprécie vraiment cette occasion de m'adresser au comité.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux est un document assez simple. Je ferai simplement de brèves observations sur chacun de ses quatre éléments, le premier étant les marchés prioritaires.

C'est une bonne chose de prioriser le genre de biens et services ou le genre de débouchés que nous voulons dans un marché particulier. On a de toute évidence beaucoup réfléchi à la question. Les

diplomates disposent peu de ressources, et il est judicieux d'avoir un plan pour les affecter selon des priorités.

Je crois comprendre que la liste des marchés prioritaires a été préparée en fonction d'une liste de pays cotés selon leur potentiel, potentiel qui a été évalué au moyen d'indicateurs économiques de base, en tenant compte aussi des indicateurs sur la facilité d'y faire des affaires, d'une évaluation du potentiel qu'a le gouvernement canadien de favoriser la croissance des affaires des entreprises canadiennes dans chaque marché, ainsi que de certaines considérations non économiques, comme nos bonnes relations et d'autres considérations géopolitiques plus générales.

Je crois donc que la liste est assez valable. Mais je ne peux l'affirmer que parce que le plan insiste sur la souplesse. Je peux penser à bon nombre de pays, à certaines économies assez importantes, même un pays du G20, même des pays avec lesquels le Canada essaie de conclure des accords commerciaux, qui ne se retrouvent pas sur la liste des marchés prioritaires. Je trouve que c'est intéressant, sans toutefois être nécessairement préoccupant. Dans la plupart des cas, il y a d'excellentes raisons — qui n'ont rien à voir avec l'économie — de ne pas les trouver dans la liste, mais il ne faut pas pour autant les rejeter définitivement.

Il y a bien sûr le cas de la Russie, un pays actuellement inscrit dans cette liste et qui avait été choisi au départ précisément parce que ce n'est pas un de nos partenaires habituels, selon l'étude initiale. En l'espace de quelques mois, la Russie est devenue un peu suspecte et nettement moins prometteuse. D'ailleurs, des sommes importantes en sortent actuellement, et nous pouvons tous imaginer pourquoi.

Une liste des pays et marchés prioritaires est donc très utile, et il est bon qu'on l'ait envisagée et qu'on l'ait produite, comme première étape du plan. Il reste que la souplesse sera à l'avenir sa caractéristique clé.

La deuxième partie du plan porte sur la diplomatie économique. D'aucuns disent que ce plan fait de la diplomatie économique le cœur de la politique étrangère, mais je n'en suis pas si sûr. C'est peut-être plus près de la tête que du cœur.

Il s'agit d'un plan d'action sur les marchés mondiaux et non d'un plan d'action sur les droits de la personne, d'un plan d'action sur le développement ou d'un plan d'action sur la sécurité. J'ai du mal à croire que ce plan sur les marchés globaux, qui porte sur des intérêts commerciaux qui sont certes essentiels, aura priorité sur des considérations non commerciales ou géopolitiques. La politique étrangère aura toujours une influence sur le commerce, puisque des convictions communes ou du moins compatibles, et un bon dialogue influencent le désir et les occasions de commercer, d'investir, de se visiter, etc. De même, des relations économiques solides sont souvent le fondement de relations positives sur d'autres fronts.

Certains voient ici une opposition entre la diplomatie économique et peut-être d'autres préoccupations plus traditionnelles en matière d'affaires étrangères au Canada. Je ne partage pas entièrement ce point de vue. Il y a trois ou quatre semaines, nous avons publié une étude montrant les liens très forts entre la robustesse des relations intergouvernementales du Canada avec d'autres pays et les liens commerciaux entre le Canada et ces pays. Pour moi, les deux sont indissociables, et la diplomatie économique ne peut être envisagée de façon distincte de la diplomatie normale.

Voilà qui m'amène à la courte mais cruciale section du plan sur les négociations commerciales et les investissements. Les négociateurs sont fort occupés ces temps-ci, comme le disait John. Après avoir traîné de la patte, le Canada est de nouveau un leader dans la négociation d'accords d'avant-garde sur le commerce et l'investissement. Des liens bénéfiques pour tous sur les plans du commerce et de l'investissement avec les pays qui figurent sur la liste et ceux qui n'y sont pas — dont certains sont très intéressants — peuvent être améliorés dans le cadre de négociations bilatérales, régionales et multilatérales dont le plan fait état.

En outre, ce qui me plaît vraiment dans cette courte section, c'est l'intégration des négociations commerciales aux autres négociations qui sont vraiment importantes pour favoriser une relation commerciale ou toute relation. Sans les accords sur l'éducation, l'investissement, l'air et la coopération en matière de réglementation, les accords commerciaux traditionnels seraient bien moins efficaces. L'intégration de tous ces accords, et la prise en compte de l'éducation, sont à mon avis très importantes.

●(1115)

Enfin, dans la dernière partie, on met l'accent sur l'avantage comparatif du Canada. Je n'ai pas le titre exact devant moi, mais c'est l'idée générale. Il s'agit de miser sur nos avantages concurrentiels, et on y trouve deux éléments qui m'intéressent particulièrement.

Il y a d'abord la liste des secteurs. Je l'ai passée en revue et analysée. Je me suis demandé si la liste des pays correspond à la liste des industries et, en fait, tout se tient. J'aime généralement trouver des failles dans ce genre d'analyses, mais je me contenterai d'ajouter que j'estime que la liste d'industries ou de secteurs visés dans le cadre du plan souligne le fait que le Canada devient une économie de plus en plus diversifiée.

Oui, il y a certainement le secteur minier. Oui, le pétrole et le gaz sont là. Oui, on y trouve l'agroalimentaire. Mais lorsqu'on regarde les cibles en termes d'échanges commerciaux avec les pays en développement, on constate dans la grande majorité des pays sur lesquels on se concentre, on retrouve les TIC, l'aérospatiale et, encore une fois, l'éducation, ainsi que quelques secteurs très portés sur la recherche-développement, tels que les sciences à vie. Je pense que c'est une situation positive que nous tentons de favoriser grâce au commerce.

Enfin, concernant les petites et moyennes entreprises, ou PME, j'estime qu'on se concentre sur les bonnes priorités. Ces entreprises font face à des défis et à des obstacles à la croissance. L'exportation est une façon pour les PME — et il existe de la documentation assez saisissante sur le sujet — d'apprendre à devenir innovatrices et à prendre de l'expansion. Si elles ne le font pas, elles ne peuvent tout simplement pas exporter. Si vous êtes obligés d'exporter ou que vous vous obligez à exporter, vous devez devenir plus innovateurs et plus productifs afin de vous arrimer à la chaîne de valeurs mondiales de certaines grandes entreprises.

À vrai dire, nous avons du mal à faire prendre de l'expansion aux PME dans ce pays. Je pense que le commerce est une voie prometteuse si, comme dans ce plan, nous nous concentrons sur les PME pour les aider à croître et aider notre économie à prendre de l'expansion.

En résumé, je n'ai pas grand-chose à critiquer dans ce plan. Il est clair, il va dans la bonne direction et il est souple, ce qui me paraît très important. En outre, il prévoit des consultations permanentes et peut être adapté au besoin, et c'est très important. Dans l'ensemble, j'estime que c'est une bonne plate-forme pour faire avancer les intérêts du Canada.

Merci.

Le président: Merci.

Nous passons maintenant aux questions et réponses. Ce sera intéressant. L'un de vous affirme qu'il faut avoir des rapports plus importants avec les États-Unis pour tirer parti des débouchés, et quelqu'un d'autre a parlé d'une plus grande diversité. Voyons ce qu'il en est.

Monsieur Davies, vous avez la parole.

M. Don Davies (Vancouver Kingsway, NPD): Merci monsieur le président.

Merci aux deux témoins qui comparaissent devant le comité. Bienvenue.

Monsieur Schwanen, le PAMM comprend un certain nombre d'objectifs. Certains sont très clairs et d'autres, plus ambigus. L'un d'eux vise à aider les PME à pénétrer de nouveaux marchés et à franchir le pas vers l'exportation. Vous avez fait un bref commentaire à ce sujet.

J'ai récemment lu des statistiques qui montrent qu'au Canada, le commerce est en réalité effectué par les très grandes entreprises au pays et les PME ne tirent pas parti du marché de l'exportation. Nous voudrions tous qu'elles le fassent. Je me demande si vous auriez des mesures concrètes à recommander au gouvernement pour aider les PME à vraiment pénétrer ces marchés.

M. Daniel Schwanen: C'est une excellente question. À mon avis, la réponse se trouve en partie dans le plan: il faut mettre davantage l'accent sur la diplomatie économique, sur les besoins des PME. Lorsque vous rencontrez des diplomates à l'étranger, le fait est qu'ils aident plus que jamais — et je crois qu'ils l'ont toujours fait — à établir des rapports avec les entreprises, que ce soit en Inde, en Afrique ou aux États-Unis. Je constate qu'on met davantage l'accent non pas sur les besoins des PME, mais sur ce qu'elles ont à offrir.

Il faut en partie savoir davantage ce qu'on a à offrir. Dans le secteur manufacturier, par exemple, l'avenir se trouve en grande partie dans les créneaux. Par définition, cela commence par une petite entreprise qui produit quelque chose d'extrêmement original et novateur. Il est vrai que les statistiques montrent qu'il n'y a pas beaucoup de PME qui exportent, mais celles qui le font sont très enthousiastes et sont dotées de la fibre entrepreneuriale. Il s'agit d'établir des rapports entre ces entrepreneurs et les marchés croissants. Voilà le rôle de la diplomatie économique.

Ma réponse est très générale, mais je crois que l'information fait partie de l'équation.

●(1120)

M. Don Davies: Merci.

Pour reprendre le dilemme évoqué par le président, nous reconnaissons que certains pays en développement ont des revenus par habitant relativement faibles, une croissance économique lente et des taux élevés de pauvreté, ce qui nous amène à nous demander quels avantages l'augmentation du commerce et de l'investissement avec ces pays aurait pour le Canada.

D'autre part, dans un discours devant la Chambre de commerce du Grand Kitchener Waterloo en avril 2012, l'ancien gouverneur de la Banque du Canada a indiqué que la part des exportations mondiales du Canada a diminué depuis le passage de l'an 2000. Il a dit ce qui suit:

Depuis 2000, la croissance des exportations canadiennes a été en moyenne de près de cinq points de pourcentage inférieure à celle des exportations mondiales par année. Notre part du marché des exportations mondiales a reculé, passant d'environ 4,5 % à quelque 2,5 %, et la part de marché de nos exportations de biens manufacturés a fondu de moitié.

Selon lui, la dégradation du rendement des exportations canadiennes peut s'expliquer par la concentration des exportations du Canada vers des économies avancées à faible croissance, plutôt que vers les marchés émergents à croissance rapide, et, dans une moindre mesure, par des problèmes de compétitivité et la vigueur relative du dollar à l'époque. Je m'adresserai à vous dans un moment à ce sujet, monsieur Curtis.

Selon vous, où devrait-on mettre l'accent? Devrait-on se concentrer sur les pays en développement à croissance rapide qui ont des défis à relever ou devrait-on plutôt se tourner vers les économies avancées qui ont une croissance plus lente, mais qui possèdent de grands marchés?

M. Daniel Schwanen: Je crois que nous sommes en mesure de nous concentrer sur les deux. Certaines des statistiques — et comme j'habite dans la région de Kitchener-Waterloo, je suis bien au courant de ce discours — témoignent du fait que les États-Unis ont traversé une récession très profonde, par exemple. À mon avis, l'économie reprend bien. Les prévisions récentes montrent une reprise pour les économies développées, tandis qu'on constate un ralentissement pour les économies émergentes.

Si vous examinez le plan pour voir la ventilation des secteurs par pays et ce qu'on tente d'y vendre dans chacun d'entre eux, c'est très différent. Si vous êtes dans certaines industries — le secteur manufacturier très avancé par exemple, certaines industries du service ou les services professionnels —, vous voudrez vous concentrer sur les nouveaux marchés ouverts grâce à de nouveaux accords commerciaux tels l'AECG. Il y a donc une possibilité de vendre à un pays très riche, même s'il affiche une croissance un peu faible.

Dans les économies émergentes, il y a manifestement une demande pour les matières premières. Il existe également une demande pour certains types d'investissements en infrastructure que nous pouvons aussi fournir, mais je crois que les deux sont différents. Et je crois donc qu'on peut se concentrer sur les deux.

M. Don Davies: Merci.

Monsieur Curtis, vous avez évoqué le taux de change. Récemment, un certain nombre de membres du Congrès ont fait des déclarations percutantes dans le contexte des négociations du PTP, indiquant qu'ils accorderaient leur appui à cet accord que s'il prévoyait un mécanisme sur le taux de change, soit quelque chose que les accords commerciaux du Canada et, en fait, que la plupart des accords commerciaux ne contiennent pas.

Étant donné l'importance absolument cruciale, que vous avez soulignée, de l'effet de la monnaie sur le commerce — et je pense que nous sommes tous conscients que le dollar canadien joue un rôle essentiel à cet égard —, comment conseilleriez-vous au gouvernement de traiter les évaluations et le change des devises dans le contexte de ces accords commerciaux?

M. John Curtis: Monsieur le président, j'indiquerais au porte-parole, M. Davies, qu'il s'agit d'une facette nouvelle et non exploitée, surtout quand on fait le lien avec le commerce. Vous avez tout à fait raison. Aucun accord commercial international ne prévoit la gestion des devises depuis 1947. C'était sous-entendu. Nous savions qu'en raison du financement du commerce, les devises et les taux de change étaient importants, mais pas suffisamment pour qu'ils fassent partie de l'entente commerciale, ou bien nous ne pouvions pas nous

entendre là-dessus. Et cela se poursuit de nos jours; c'est pourquoi le gouvernement canadien, par exemple, hésite toujours à inclure une composante sur les taux de change.

Si je reviens à la question que vous avez posée à mon collègue, une des raisons pour lesquelles les petites entreprises ne participent pas au commerce international, puisqu'elles n'en sont capables, c'est qu'elles ne peuvent se permettre de faire face aux risques associés à la fluctuation des taux de change. Les grandes entreprises peuvent couvrir leurs arrières, et ce sont essentiellement ces dernières qui font presque l'ensemble du commerce international, comme vous l'avez dit. Les sociétés de plus petites tailles, les petites et moyennes entreprises, ne peuvent pas se permettre de prévoir le taux de change ou les taux auxquels seront achetés ou vendus les produits dans l'avenir. C'est un des principaux facteurs qui explique la réussite ou l'absence de succès des petites entreprises.

Pour répondre plus directement à votre question, je pense que dans un accord commercial, nous ne pouvons probablement pas faire ce que nous n'encouragerions pas les membres du Congrès américain ou d'autres à faire, c'est-à-dire indiquer aux gens, nous y compris, quels devraient être leurs taux de change ou quel devrait être le taux de la devise chinoise et ainsi de suite. Par contre, nous devrions — et cela touche d'autres composantes de notre politique économique internationale — inciter le ministère fédéral des Finances et la banque à commencer à travailler de façon bien plus active à la reconception des systèmes financiers internationaux.

Monsieur le président, comme je l'ai indiqué à votre comité en décembre, la valeur des échanges liés aux actifs financiers par semaine est supérieure à celle des échanges de biens et services pour un an. Le système financier a pris le devant sur le système commercial, et nous en pâtissons dans une certaine mesure. Le dollar canadien n'est plus totalement fondé sur le bon ou le mauvais rendement de nos échanges commerciaux. Sa valeur repose sur le flux d'actifs financiers qui entre au Canada et qui en sort. C'est un tout nouveau domaine d'activités.

Je n'ai pas de réponse directe, sauf pour dire que le système financier est un domaine où le gouvernement s'investit de lui-même par l'entremise de la Réserve fédérale, du G20 et du G7, où l'ancien ministre des Finances était si puissant et actif. Voilà où nous devons accorder notre attention, parce qu'au bout du compte, cela perturbe le système commercial et nuit plus particulièrement aux petites et moyennes entreprises.

● (1125)

Le président: Je suis persuadé que nous allons approfondir cette question, mais il faut respecter le temps qui nous est alloué.

Monsieur O'Toole vous avez la parole pour sept minutes.

M. Erin O'Toole (Durham, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président, et merci à nos témoins de comparaître. Monsieur Curtis, je vous remercie d'être de nouveau parmi nous. Monsieur Schwanen, je suis persuadé que vous avez déjà témoigné devant notre comité, mais peut-être pas depuis que j'en suis membre.

J'ai quelques observations et des questions pour nos deux témoins, et je vais d'abord commencer par M. Schwanen.

Vous nous avez donné un bon aperçu, du point de vue pratique, de la façon dont il est logique d'établir des priorités, non seulement sur le plan budgétaire concernant l'affectation des ressources dans le cadre des missions commerciales et ce genre de choses, mais du point de vue diplomatique, afin d'établir la liste des priorités quant à l'utilisation des outils diplomatiques pour l'élaboration de relations avec divers pays. L'étude de l'Institut C.D. Howe, qui a été publiée il y a environ un mois et demi, je crois, traitait longuement de l'importance des relations entre gouvernements pour assurer un accès soutenu au marché pour nos exportateurs.

Un élément intéressant de votre étude juxtapose en quelque sorte l'approche du gouvernement conservateur en matière de diplomatie économique, comme on l'appelle, aux termes du Plan d'action des marchés mondiaux, à l'approche libérale d'Équipe Canada, dans le cadre de laquelle un groupe de chefs de file politiques prenait l'avion pour faire une visite à l'étranger afin de signer des ententes ou des protocoles d'entente préétablis qui avaient été négociés à l'avance et qui étaient sur le point d'être signés. Mais des études ont montré que cela n'avait pas d'effet durable sur le marché et qu'il fallait plutôt que toutes les parties prenantes du service étranger courtisent constamment ces pays pour maintenir la croissance dans ces marchés. Auriez-vous l'obligeance de nous en dire un peu plus sur cet aspect de votre étude?

M. Daniel Schwanen: Je pense que l'approche d'Équipe Canada, qui travaillait au cas par cas, pouvait fonctionner dans certains marchés où ce type de démarche, qui repose sur une grosse équipe, est très important. Mais l'étude nous révèle plutôt que lorsqu'on examine les deux approches en général, celle qui permet de maintenir une relation continue et qui fait en sorte que les Canadiens, les diplomates et les diplomates économiques qui sont sur le terrain favorisent des relations soutenues, est vraiment l'élément clé. À cela s'ajoutent les accords commerciaux. C'est d'autant plus important lorsqu'on traite avec des pays qui ne sont peut-être pas aussi ouverts que le Canada, des pays qui ont peut-être un système différent et qui ne font peut-être pas aussi bonne figure dans l'indice des libertés économiques.

Ainsi, l'étude indique clairement que les efforts de diplomatie soutenus, plus traditionnels si on veut, qui font appel aux ambassades et aux accords commerciaux particuliers, ont des répercussions durables, ce qui n'est pas forcément toujours le cas lors d'une mission d'Équipe Canada.

• (1130)

M. Erin O'Toole: Merci.

Mon collègue, M. Davies, a soulevé un point que j'aimerais examiner un peu plus, et c'est celui de l'importance du rôle joué par les petites et moyennes entreprises, ou PME. Ces dernières font partie intégrante de la stratégie du Plan d'action pour les marchés mondiaux. Plus particulièrement, à titre de secrétaire parlementaire pour le commerce, je ne sais plus combien d'histoires positives j'ai entendues de la part de nos exportateurs sur la façon dont nos délégués commerciaux ont aidé les acteurs canadiens qui n'étaient pas sur les marchés mondiaux. Par exemple, si une PME qui exporte ses produits vers les États-Unis songe pour la première fois à exporter vers l'Allemagne ou vers un marché européen, les délégués commerciaux l'aident à accéder aux outils dont elle a besoin pour trouver des distributeurs, préparer le terrain pour la vente, comprendre l'environnement réglementaire et ainsi de suite. Je trouve que notre plan met l'accent sur ce type de dépenses et le déploiement des services des délégués commerciaux.

Pour ce qui porte plus particulièrement sur les PME, j'aimerais savoir ce que vous en pensez. Je ne sais pas si vous connaissez bien les services qu'offrent des délégués commerciaux. Trouvez-vous que c'est un domaine dans lequel nous pourrions continuer de miser pour aider les PME à accroître leurs marchés?

M. Daniel Schwanen: Oui, et cela me permet de donner une réponse plus précise à la question de M. Davies.

Je pense que c'est plutôt clair. Une évaluation de la stratégie commerciale mondiale précédente allait en ce sens en concluant que les services des délégués commerciaux sont très importants et très utiles, et qu'il faudrait miser davantage sur eux. Je crois que cela s'inscrit dans la suite de la stratégie précédente et de l'évaluation qui a conclu qu'elle porte fruit. Peut-être faudrait-il mettre davantage l'accent sur les services des délégués commerciaux, mais permettez-moi de vous donner des détails, car j'ai inscrit des notes dans la marge.

Outre les spécialistes qui connaissent le pays, car ils sont sur le terrain, le service pourrait peut-être également compter des spécialistes sectoriels qui comprennent la situation d'une industrie, son développement et les liens que nous pourrions nouer. C'est une possibilité.

L'autre possibilité serait que le service mette sur pied des centres d'accélération dans certains marchés clés. Je suis de Kitchener-Waterloo, comme je l'ai déjà dit, et ce genre de mesures donne d'excellents résultats. Nous avons là-bas des sociétés de longue date — certaines battent un peu de l'aile — et de grandes sociétés déjà établies qui, grâce à ce genre de centres, viennent en aide aux plus petites compagnies. C'est une façon formidable de les aider. Les grandes sociétés souhaitent aider les petites entreprises dans leur croissance.

M. Erin O'Toole: Très rapidement, je voudrais poser une dernière question à M. Curtis. Je sais que le temps file.

Monsieur Curtis, j'admire votre enthousiasme. Nous sommes en train de parler du PAMM 1.0, et déjà vous annoncez le PAMM 3.0.

M. John Curtis: Je me projette toujours dans l'avenir.

M. Erin O'Toole: Il me semble que le PAMM n'est pas une mesure isolée, et j'aimerais connaître votre avis à ce sujet. Ce plan constitue une façon très stratégique et responsable d'utiliser nos atouts commerciaux et diplomatiques pour élargir nos marchés d'exportation. Mais concurrentement, nous sommes en train de moderniser le régime canadien de propriété intellectuelle, qu'il s'agisse des droits d'auteur, des marques de commerce ou des réformes touchant les brevets. Nous pouvons compter sur une culture d'innovation et d'autres atouts. Tout cela n'aidera-t-il pas nos exportateurs dans les divers secteurs, sans égard à la stratégie commerciale?

M. John Curtis: Je répondrais spontanément que oui. Je pense que cela va aider le grand public à comprendre — et je songe ici à ceux qui ne suivent pas les affaires commerciales de près — si toutes ces mesures sont présentées d'une manière que tout le monde peut comprendre. Si le grand public comprenait que l'éducation, la propriété intellectuelle, les infrastructures, le développement des compétences et le maintien en poste des travailleurs font partie d'une stratégie commerciale internationale promise au succès, cela lui permettrait de comprendre la situation et rendrait toute l'opération plus légitime.

Pour l'heure, je pense que les négociations commerciales sont probablement un peu obscures pour la plupart des gens, alors qu'en fait, je pense que c'est l'assise de tout ce que nous faisons ici. C'est important pour la prospérité et le progrès.

Je pense que je vous donne une longue réponse pour dire « oui ». Tout cela fait partie d'un train de mesures que j'aimerais voir intégré à la prochaine version. Si on s'en tient au document actuel, j'ai l'impression que les délégués commerciaux se considèrent comme des prospecteurs en matière d'investissement. Non seulement ils établissent des liens avec ce qui se passe dans tel ou tel pays, mais ils cherchent les nouvelles idées, les nouvelles méthodes de mise en marché et les nouvelles façons de faire nécessaires pour faire du commerce. Ils agissent déjà à titre de conseillers en commerce, en investissement et en innovation, si on peut les appeler ainsi.

• (1135)

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Pacetti, vous avez la parole.

M. Massimo Pacetti (Saint-Léonard—Saint-Michel, Lib.): Merci, monsieur le président.

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

Monsieur Schwanen, je voudrais vous poser quelques questions d'ordre général.

Pour ce qui est des marchés prioritaires, est-ce qu'un pays qui ne figure pas sur la liste devrait y être?

M. Daniel Schwanen: Certains grands pays au potentiel économique considérable ne sont pas inscrits sur la liste. Je ne souhaite pas me perdre en conjectures quant aux raisons. Ce n'est pas nécessairement pour des raisons économiques. Je songe au Venezuela, à l'Argentine ou à de petits pays des Antilles avec lesquels nous sommes en train de négocier des accords commerciaux.

Dans un avenir éloigné, l'Iran aura évolué. C'est une très grande puissance économique...

M. John Curtis: Innovatrice.

M. Daniel Schwanen: ... à laquelle nous pourrions songer plus tard.

Les Philippines ne figurent pas non plus sur la liste, si bien qu'il y a des marchés assez considérables...

M. Massimo Pacetti: Je voudrais savoir quand vous biffez un pays de la liste. Vous avez parlé de la Russie, qui connaît certaines difficultés. Est-ce là un motif de retirer un pays de la liste ou est-ce qu'on le fait pour des raisons environnementales ou de relations de travail? Nous avons discuté avec le Honduras au sujet des droits de la personne, par exemple.

Quel est votre point de vue et celui de l'institut?

M. Daniel Schwanen: Je n'ai certainement pas dit ou voulu dire qu'il faudrait retirer la Russie de cette liste. Je disais tout simplement que ce n'est pas parce qu'un pays figure sur la liste qu'il deviendra soudainement un marché intéressant pour les deux prochaines années et inversement. À vrai dire, les gens du service des délégués commerciaux me disent que si un pays n'est pas sur la liste, mais que quelqu'un y voit des débouchés, ils fourniront de l'aide.

Je voulais tout simplement que vous sachiez que les choses évoluent. Il y a des changements et des débouchés qui se présentent rapidement. Je ne voulais pas critiquer la liste comme telle. Sachez toutefois que je suis très heureux qu'on indique explicitement qu'elle est souple et qu'on peut la revoir selon les circonstances...

M. Massimo Pacetti: Alors, de façon générale, vous feriez la promotion du commerce avec n'importe quel pays, qu'il soit sur la liste ou non, sans vous soucier de l'environnement politique? Vous ne verriez pas d'inconvénient à ce que le Venezuela ou l'Iran figure sur la liste, même s'ils ne sont pas nécessairement pareils, car la situation et l'instabilité y sont différentes?

M. Daniel Schwanen: Non, je n'ai pas dit cela, pas dans la situation présente.

Je dis tout simplement que la situation politique évolue, comme nous avons pu le constater en Russie et ailleurs. Il faut être prêt à s'y adapter. C'était vraiment ce que je voulais dire.

M. Massimo Pacetti: Cela nous mène au plan 3.0, n'est-ce pas? Il faut y être prêts.

Monsieur Curtis, j'ai une question à vous poser.

Merci de nous avoir fourni vos exposés. C'est fort utile. Parfois, nous ne les recevons pas à temps.

Vous dites qu'il nous faut mettre davantage l'accent sur l'économie nationale. Je peux vous poser toutes sortes de questions à ce propos, mais en voici une qui me semble être intéressante. Vous dites qu'il nous faut mettre l'accent sur l'économie nationale, mais vous n'avez pas précisé votre pensée. Pour ma part, j'ai ma propre théorie là-dessus. Mon temps est limité, mais je vous demande de nous en dire plus à cet égard.

Vous poursuivez au paragraphe suivant en indiquant que nous ne faisons pas croître notre commerce comme nous devrions le faire, et j'essaie de réconcilier ces deux idées. Où voulez-vous en venir?

• (1140)

M. John Curtis: Dans une certaine mesure, je répondais à votre vice-président en disant que l'éducation, l'infrastructure, le développement du marché du travail, la réforme et la révision de la propriété intellectuelle et les conditions qui favorisent l'innovation devraient tous faire partie du programme commercial suprême. Je pense, monsieur le président, que j'ai dit, en décembre, que le commerce est un sujet impérial. Il touche littéralement à tout, surtout pour un pays comme le nôtre. C'est à cela que je voulais en venir.

M. Massimo Pacetti: Faudrait-il augmenter notre offre intérieure pour avoir une vision d'avenir afin de faire du commerce, alors?

M. John Curtis: Oui, le commerce et l'invest...

M. Massimo Pacetti: Qu'est-ce qui vient avant: la charrue ou les boeufs? C'est là la question. Doit-on commencer par élargir notre offre avant même de pouvoir pénétrer les marchés? Doit-on attendre d'y avoir accédé? C'est là le problème. Plusieurs raisons font que nous ne sommes pas capables d'accéder à ces marchés.

M. John Curtis: Je pense qu'il faut élargir notre offre parce que dans l'ensemble, nous n'avons pas été empêchés d'accéder aux marchés. Il n'y a pas tant d'obstacles que cela. Il y a des problèmes, comme les taux de change et d'autres facteurs. La difficulté vient du fait que le pays n'est pas aussi « moderne » qu'il l'était autrefois. Les investisseurs sont moins enclins à venir ici à cause de nos problèmes, comme les problèmes de circulation à Toronto. Il est beaucoup plus agréable de s'installer dans un pays où les choses fonctionnent bien.

M. Massimo Pacetti: Que je sache, rares sont les grandes villes où il n'est pas difficile de circuler. Certains...

M. John Curtis: Certaines sont mieux que d'autres. Je connais les embouteillages de Vancouver, soit dit en passant.

M. Massimo Pacetti: Non, mais à part les villes canadiennes, de nombreuses villes...

M. John Curtis: C'est vrai. En fait, je veux surtout dire que l'économie nationale et l'économie internationale ne font qu'une en bout de ligne. Le succès d'un pays sur les marchés internationaux — grâce au commerce, à l'investissement et à l'innovation — dépend au bout du compte de la solidité de l'économie nationale.

M. Massimo Pacetti: Merci.

Le président: Merci.

Monsieur Cannan.

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

Merci encore à nos témoins d'être venus. Merci de vos remarques.

C'est la première séance consacrée à ce document très important. Au lieu de faire une analogie concernant le plan 3.0 ou 4.0, on pourrait parler de plan 43.0, car quand je suis devenu membre du comité en 2006, nous avions des accords commerciaux avec 5 pays, et maintenant nous en avons 43. Les choses commencent à démarrer, et notre détermination à élargir l'éventail de nos partenaires commerciaux montre que le gouvernement est sérieux et l'a été par le passé au sujet de l'ouverture de nouveaux marchés.

Je reviens à ce que disait le président au début, à savoir s'il faut continuer à travailler du côté de notre principal allié, les États-Unis, mettre l'accent là-bas ou bien chercher d'autres marchés? Je ne pense pas que ce soit l'un ou l'autre. On peut faire les deux. Nous devons continuer. Quand j'ai obtenu mon diplôme en commerce en 1981, le doyen de la faculté disait qu'il faut s'orienter vers la commercialisation internationale. Je me demande maintenant, en raison de l'enseignement que j'ai reçu...

Il est plus facile d'aller vers les États-Unis, car l'infrastructure y est en place. Combien décident de se cantonner à ce pays-là parce qu'ils ne veulent pas courir de risque? Les Canadiens, de par leur nature, ont peur du risque, et je voudrais savoir ce que vous en pensez. C'est ma première question.

M. John Curtis: Est-ce que la question s'adresse à moi?

L'hon. Ron Cannan: À vous deux.

M. John Curtis: Je suppose que je pourrais répondre à deux ou trois points qui ont déjà été soulevés en disant que le commerce et une économie nationale florissante dépendent non seulement de facteurs économiques, mais également d'un comportement culturel. Pour répondre directement à votre question, je dirais qu'en ce qui concerne la volonté de courir des risques, qui fait partie de la culture canadienne, je parle avec le secteur privé. On l'entend constamment. Nos entrepreneurs ne sont pas prêts à courir des risques comme le font ceux d'autres pays. J'ai parlé à des Canadiens qui viennent d'Edmonton et qui travaillent actuellement à Dallas, Boston ou d'ailleurs. Ils ont tous des anecdotes à raconter à ce sujet, mais dans l'ensemble ils affirment tous que la raison pour laquelle ils ont quitté Edmonton pour Dallas à 35 ans, c'est parce que les gens y sont prêts à prendre des risques, contrairement au Canada. Alors, effectivement, nous ne sommes pas prêts à courir des risques.

J'ajouterai que, jusqu'à un certain point dans le domaine du commerce, le gouvernement, y compris le vôtre, a fait un travail incomparable pour ouvrir des marchés. Je pense que de façon générale, le secteur privé ne lui a pas emboîté le pas comme il aurait dû le faire.

M. Daniel Schwanen: Je n'ai pas grand-chose à ajouter. Je pense que nous vivons dans un pays plutôt agréable avec un gros marché à sa porte. Je pense que cela obnubile les gens qui se lancent en affaires. Il existe encore ici des entraves commerciales interprovinciales et d'autres défis à relever. Je suis d'accord avec John. C'est une question d'état d'esprit. Il nous faut comprendre l'économie nationale. Notre bien-être est indissociable de celui de l'économie mondiale. Cela signifie qu'il faut en fait...

• (1145)

M. John Curtis: Courir certains risques.

M. Daniel Schwanen: ... courir certains risques et trouver le financement nécessaire, ce qui peut parfois s'avérer difficile. Nous en parlons dans le document également.

L'hon. Ron Cannan: Je suis de la vallée de l'Okanagan. Les entraves interprovinciales sont toujours la bête noire quand nous tentons de distribuer nos vins en Ontario. Je sais que les viticulteurs canadiens sont sur la Colline aujourd'hui, si bien que mes collègues entendront sans doute parler d'eux.

J'ai une autre brève question.

Le président: Je vous l'accorde.

Pour répondre à certaines de vos questions, le prochain groupe de témoins est constitué de représentants du secteur privé; ils pourront ainsi vous donner la réplique.

L'hon. Ron Cannan: J'espère que vous pourrez rester pour les entendre.

L'autre aspect est le fait que les Canadiens ont beaucoup à offrir non seulement sur les plans des finances et des compétences, mais également au chapitre de la responsabilité sociale des entreprises. J'ai trouvé l'autre jour à la banque une brochure sur les affaires à l'échelle internationale. Une partie de ce document explique notamment la manière dont nous pouvons aider les pays en développement ou encore tout simplement améliorer la RSE des sociétés minières, et je sais que certains membres du comité du commerce s'intéressent à la question. Pouvez-vous nous dire comment ce document peut contribuer à améliorer la responsabilité sociale et la qualité de vie dans d'autres pays?

M. Daniel Schwanen: Volontiers. Je pense que le commerce et le développement sont nettement des sujets brûlants, surtout dans les pays en développement. Je pense — et cela a un lien avec une question précédente — que les politiques que nous prévoyons en ce qui concerne la responsabilité sociale des entreprises, la corruption et l'imposition de normes exigeantes à nos entreprises pourraient, marginalement, nous faire perdre des occasions d'affaires, dont se saisiront d'autres compagnies. Toutefois, je pense que cela fait partie de l'image de marque canadienne, qu'il nous faut promouvoir. Cela aidera toutes nos entreprises à prendre de l'expansion. L'origine canadienne doit signifier quelque chose. Je pense que cela se retrouve dans le plan et je considère que c'est une évolution positive pour le Canada et celui où nous investissons ou avec lequel nous faisons du commerce.

Le président: Vous pouvez prendre une autre minute si vous le souhaitez.

L'hon. Ron Cannan: J'ai une brève question pour faire suite au commentaire de Don.

Monsieur Curtis, vous indiquez dans votre mémoire qu'à peine 17 % environ des entreprises canadiennes exportent leurs produits. Est-il réaliste d'espérer pouvoir porter ce chiffre à 40 ou 50 % d'ici 2018?

M. John Curtis: D'ici 2018, ce serait ambitieux, mais je pense qu'il faut mettre de l'ordre dans notre économie nationale et réussir à percer les marchés, tout en tenant compte de la croissance aux États-Unis au cours de ces cinq ans. Je ne dis pas qu'il faille être influencé par ce phénomène à tout jamais, mais de façon étonnante, les cinq prochaines années appartiennent aux États-Unis.

Ainsi, je pense que les exportations augmenteront substantiellement au cours des cinq prochaines années. Il serait ambitieux de chercher à atteindre 40 % d'ici 2018. C'est un objectif que nous n'atteindrons pas; je ne me fixerais donc pas ce chiffre comme objectif. Toutefois, il est important que le gouvernement, le grand public canadien et les institutions que nous représentons continuent de foncer, car en bout de ligne, cela crée de la prospérité pour tous: les petites villes, le secteur des ressources, tout le monde.

L'hon. Ron Cannan: Pour essayer de venir en aide aux PME canadiennes, travaillez-vous avec le secteur de l'éducation post-secondaire? Par exemple, vous avez évoqué les incubateurs. Travaillez-vous avec des coops et des entités semblables pour essayer d'encourager l'esprit d'entreprise? Si vous avez une entreprise et que vous avez besoin d'aide, surtout si vous n'avez que 25 ans, et que vous avez de la volonté et de l'ambition, comment pouvez-vous amener ce concept jusqu'à la commercialisation?

M. Daniel Schwanen: Il s'agit d'une question de culture. Une des raisons pour lesquelles j'ai mentionné les centres d'accélération — pas exactement des incubateurs —, c'est qu'ils jumellent littéralement les entreprises prospères, parfois les entreprises établies qui s'intéressent à la croissance générale de l'environnement des affaires, avec des entreprises plus petites pour les aider à réussir et pour leur donner des conseils sur le terrain. À mon avis, c'est une façon de permettre à nos compagnies prospères de transmettre leur culture.

Le président: Merci beaucoup.

Madame Liu.

Mme Laurin Liu (Rivière-des-Mille-Îles, NPD): Je vous remercie. Merci d'avoir parlé des incubateurs, puisque ce sont certainement d'importants éléments pour stimuler la R-D chez les petites et moyennes entreprises.

Le comité a discuté d'un certain nombre d'objectifs en matière de commerce. Le PAMM en énumère un certain nombre. Certains sont formulés de manière très précise, tandis que d'autres sont très flous.

Monsieur Curtis, un des objectifs énoncés dans le Plan d'action sur les marchés mondiaux est de « promouvoir les capacités industrielles fondamentales et les avantages concurrentiels du Canada ». À votre avis, quels sont-ils?

• (1150)

M. John Curtis: Je vais vous demander plus précisément de répéter la citation du PAMM pour m'assurer d'y répondre directement.

Mme Laurin Liu: L'objectif énoncé consiste à promouvoir les capacités industrielles fondamentales et les avantages concurrentiels du Canada. À votre avis, quels sont ces avantages concurrentiels du Canada?

M. John Curtis: Les avantages concurrentiels du Canada viennent du fait que nous avons la main-d'oeuvre, les connaissances, l'organisation en matière de commercialisation, ainsi que les visées internationales des entrepreneurs et de la main-d'oeuvre, qui sont capables d'apprécier l'importance d'un marché international et d'exploiter des entreprises installées au Canada de manière à ce qu'elles agissent de façon attentive. Cela est à mon sens un grand avantage pour le Canada. Il suffit de traiter avec des Américains ou,

souvent des Européens, pour que tout le monde dise que les Canadiens se démarquent par le fait qu'ils comprennent bien que c'est important sur la scène internationale, compte tenu de la taille relativement petite du pays. Je pense donc que c'est une combinaison de gens, de culture et de facteurs économiques qui fait en sorte que tout cela fonctionne. En outre, il y a notre politique étrangère et la politique, bien entendu.

Mme Laurin Liu: Vous pourrez répondre plus tard à ma question, parce qu'à cause du temps, j'aimerais passer à M. Schwanen.

J'ai trouvé très intéressant de lire le rapport que l'Institut C. D. Howe a publié en août 2012, où il indique ce qui suit.

Le taux de productivité du Canada au cours des 10 dernières années figure parmi lespires des pays de l'OCDE.

Comme vous le savez, le rapport énumère une série de raisons pour expliquer cet état de fait. Certaines de ces raisons étaient: l'aversion au risque des chefs d'entreprise, un soutien inefficace du secteur privé pour l'innovation, le manque de capital-risque pour les entreprises en démarrage, un sous-investissement chronique dans l'équipement et les machines, le fait que l'économie canadienne soit à l'abri et une concurrence accrue à l'égard du capital humain.

Parmi les facteurs énumérés dans le rapport du C.D. Howe, lesquels devraient être influencés par le PAMM?

M. Daniel Schwanen: J'essaie de me souvenir de quel rapport il s'agit. C'est une longue liste de facteurs nationaux qu'il faut corriger. Nous devons essayer de trouver des façons de le faire. Nous ne sommes pas aussi innovateurs que nous devrions l'être. Nous n'investissons pas autant que nous devrions le faire dans les machines et l'équipement.

Parmi les nombreux facteurs, abordons celui de l'innovation. Auparavant, le Canada parlait de l'économie en termes de ressources naturelles par opposition à la fabrication ou au commerce. Mais le commerce est en train d'effectuer un virage assez rapide vers des activités davantage axées sur les connaissances, comme la R-D, les sciences de la vie — comme on le mentionne dans le plan, par exemple — et les TIC. C'est là où se situe le marché canadien; dans les technologies viables. Pour toutes sortes de raisons, le marché canadien n'est pas suffisamment gros pour maintenir la croissance dans ce genre d'activités axées sur le savoir. Tout ce qui est axé sur le savoir doit être immédiatement appliqué au marché international si on veut en tirer parti, développer ses affaires et devenir plus innovateur.

Il s'agit là d'un exemple.

Si nous développons ces secteurs, cela résoudra automatiquement les problèmes.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Hiebert, vous avez les quatre dernières minutes.

M. Russ Hiebert (Surrey-Sud—White Rock—Cloverdale, PCC): Merci.

Messieurs, vos observations sur le PAMM m'ont beaucoup intéressé. Vous avez soulevé plusieurs bonnes questions, et j'aimerais savoir quelle forme pourrait prendre la version 3.0. Auriez-vous des exemples spécifiques?

Monsieur Curtis, vous avez indiqué qu'il faudrait doubler le volume de ce document pour traiter d'autres sujets, comme Internet, le commerce électronique, les importations, les énormes flux de capitaux, la mobilité de travailleurs qualifiés, et les entrepreneurs et les investisseurs de capital-risque qui sont prêts à déménager et à investir partout dans le monde.

Personnellement, je ne suis pas du tout en désaccord avec vous. Je pense que vous avez dressé un portrait assez précis de l'état du monde. La question que je me pose, et que se posent certainement tous les membres du comité, c'est la forme que prendrait une stratégie pour traiter ces questions. Comme nous allons commencer à préparer le prochain plan d'action mondial, auriez-vous des idées claires que nous pourrions y incorporer?

• (1155)

M. John Curtis: C'est le défi que le comité aura à relever si nous allons de l'avant avec une version 3.0.

Monsieur Hiebert, vu toutes les questions qui ont été soulevées, je pense que nous avons déjà fait le tour du sujet et que je risque de me répéter. Si je devais dégager un thème clair et me prononcer sur le plan actuel — qui est bon, mais qui n'en fait pas assez, à mon avis —, je dirais qu'il faudrait veiller à ce que tous les ministères du pays, vos collègues ministériels et la population comprennent que, pour réussir dans le commerce et l'investissement internationaux, il faut que tous les éléments constitutifs de l'économie nationale fonctionnent harmonieusement et fonctionnent mieux.

Ensuite, je mettrais l'accent sur l'éducation internationale et, par exemple, la qualité de nos programmes d'études en commerce international. Mais ce n'est pas tout. Il est important d'avoir des compétences en commercialisation et de les comprendre, de connaître les nouvelles structures d'entreprises et de savoir profiter du commerce électronique parce que tous les Canadiens, où qu'ils soient, sont concernés. Je mettrais l'accent là-dessus.

J'encouragerais les banques à accorder moins d'attention à l'immobilier et plus d'attention aux biosciences et aux produits biopharmaceutiques. C'est ce que souhaitera la population à l'avenir.

Je centrerais nos efforts sur la réduction de la consommation énergétique, les mesures d'atténuation des changements climatiques, le cancer et d'autres questions médicales.

J'organiserais l'économie pour faire comprendre un peu mieux que la formation de notre main-d'oeuvre, l'exploitation de nos entreprises et le secteur public qui collabore souvent avec ces dernières font partie d'un tout cohérent.

C'est essentiellement ce sur quoi je me concentrerais.

M. Russ Hiebert: Le feriez-vous en changeant le code des impôts, en offrant des incitatifs fiscaux, ou auriez-vous recours à d'autres mécanismes...

M. John Curtis: Non, je ne crois pas qu'on ait nécessairement à passer uniquement par les impôts. Le régime fiscal, il ne fait aucun doute, doit être aussi bon que celui des autres.

Je pense que le secteur public et le secteur privé auraient un rôle à jouer. Il ne revient pas uniquement à l'un ou à l'autre de changer les choses: il s'agit d'un partenariat entre les deux. Prenez, par exemple, le centre des biosciences de Saskatoon. Il faudrait tisser des liens entre ce dernier et d'autres centres ailleurs dans le monde, et solliciter la participation du gouvernement provincial, du gouvernement du Canada, des Américains et des Chinois. Ensemble, on peut travailler à résoudre des problèmes que nous devons tous surmonter, qu'ils se fassent sentir dans des pays pauvres, émergents ou riches. Dans certains domaines, il est clair que nous avons tous intérêt à ce que les choses s'améliorent. Plus le Canada peut montrer qu'il comprend ces enjeux, mieux on s'en portera.

Le président: Je vous remercie tous les deux d'avoir donné le coup d'envoi à cette étude.

Les prochains témoins représentent le secteur privé. Nous devrions avoir un échange fructueux. Merci beaucoup, encore une fois.

Sur ce, nous allons suspendre nos travaux quelques instants. L'un des témoins se joint à nous par vidéoconférence et l'autre comparait en personne; nous allons donc suspendre la séance, le temps de nous préparer pour ces témoins.

M. John Curtis: Merci.

• (1155)

(Pause)

• (1200)

Le président: Nous reprenons la séance.

Je vous présente les témoins de cette partie de la réunion. Nous accueillons d'abord, des Manufacturiers et exportateurs du Canada, Jayson Myers, président et chef de la direction, qui comparait en personne.

Jayson, bienvenue.

Ensuite, de l'Association canadienne des importateurs et exportateurs, Joy Nott, présidente-directrice générale.

Vous vous joignez à nous par vidéoconférence de Mississauga, en Ontario. Joy, vous nous entendez?

Mme Joy Nott (présidente-directrice générale, Association canadienne des importateurs et exportateurs): Oui, je vous entends.

Le président: Très bien, nous vous entendons clairement de notre côté également.

Nous allons commencer par M. Myers.

Monsieur, la parole est à vous.

M. Jayson Myers (président et chef de la direction, Bureau national, Manufacturiers et exportateurs du Canada): Merci beaucoup.

[Français]

Je vous remercie, monsieur le président, de l'occasion qui m'est donnée d'adresser quelques mots aux membres du comité.

[Traduction]

Pour la discussion d'aujourd'hui, Joy et moi représentons le secteur privé.

Je dois vous dire que...

Le président: Nous venons d'entendre que toutes les questions commerciales sont de votre ressort.

M. Jayson Myers: C'est bien ça. C'est ce que j'ai entendu, et j'espère que nous pourrions en discuter.

J'ai un intérêt particulier pour le Plan d'action sur les marchés mondiaux, puisque je fais partie du groupe qui conseille le ministre. Je suis d'avis que c'est un bon plan. Je pense que le ministre et les fonctionnaires du ministère et d'autres organismes peuvent se féliciter. Cela fait longtemps que nous n'avons pas eu de plan qui accorde la priorité aux politiques commerciales de l'État, aux services commerciaux offerts par le gouvernement, et qui essaie d'harmoniser les pratiques des organismes de l'État.

Comme on l'a mentionné, ce plan sera évalué en fonction des résultats obtenus, c'est clair. J'ai hâte de discuter des perspectives commerciales des entreprises canadiennes. Je serais heureux de parler de certains aspects du plan, mais d'abord, je voudrais faire quelques observations générales.

D'un point de vue économique, je voudrais d'abord parler de l'importance stratégique des exportations et du commerce international pour nos entreprises. Nous avons connu des années difficiles entre 2002 et 2012, pendant lesquelles 23 000 exploitations manufacturières ont déposé leur bilan et, de ce chiffre, environ 20 000 étaient probablement des exportateurs. La plupart de ces fermetures ont eu lieu avant la récession et avaient pour cause principale l'appréciation très rapide et volatile du dollar canadien. Nous avons donc beaucoup à faire pour nous remettre sur pied.

Nous connaissons maintenant une reprise. Les ventes manufacturières et les exportations sont revenues au point où elles étaient avant la récession, mais il est devenu très clair que la reprise économique au Canada dépend des investissements d'entreprise et des exportations. Les consommateurs canadiens sont à bout de souffle, les administrations aussi, d'où l'importance cruciale des exportations et des investissements pour favoriser la croissance économique. Pour moi, les deux sont liés, mais il est également essentiel pour l'État d'investir là où les retombées pour le commerce international seront les plus grandes; c'est l'une des raisons pour lesquelles nous avons pensé au PAMM.

Il s'agissait de cerner les marchés prioritaires pour nos entreprises, que nous avons d'ailleurs beaucoup consultées. Dans ce plan — et je crois que les témoins précédents en ont parlé —, on fait valoir que le commerce international, ce n'est pas que des importations et des exportations. C'est aussi l'investissement, la propriété intellectuelle et la mobilité de la main-d'oeuvre, ce qui est de plus en plus important de nos jours. Nos entreprises doivent pouvoir répondre à des normes, faire concurrence sur des marchés publics et fournir des services; c'est de plus en plus important pour toute entreprise qui cherche de nouveaux clients. Pendant la récession, 30 % de nos exportations se sont volatilisées sur une période de six mois, entre octobre 2008 et mars 2009.

Nous avons besoin d'insuffler vie à nos exportations et de nous adapter aux nouvelles conditions du commerce international, et je crois que ce plan d'action est une étape importante. Il dresse une liste de marchés prioritaires, qui ne tient pas uniquement compte de leur taux de croissance. On a bel et bien besoin d'un plan différent. Les entreprises ont besoin d'un plan, et les États doivent adapter leur intervention en fonction des marchés: les États-Unis, les marchés émergents et les segments de marché précis où notre intérêt peut être bien ciblé. On pense notamment à l'énergie au Moyen-Orient et aux projets d'infrastructure publics en Afrique, où les entreprises ont des intérêts particuliers. Je pense que le plan établit une bonne liste de priorités.

• (1205)

Troisièmement, en plus de réagir aux besoins évolutifs des entreprises et d'en faire une priorité, il y a l'alignement du plan d'action pour les organismes, la politique commerciale, la politique étrangère et la politique de développement sous le signe de ce qu'on appelle la diplomatie économique. Mais encore faut-il aligner les services d'expansion du commerce et de développement des entreprises fournis par des organismes comme EDC ou la CCC, ou encore le Service des délégués commerciaux, d'un bout à l'autre du gouvernement. C'est capital.

Mais il y a deux autres choses. Toute bonne stratégie doit être dotée de mesures. Pour savoir si une stratégie atteint ses objectifs, il faut savoir les mesurer; autrement dit, il faut constamment appuyer le succès de la stratégie de mise en oeuvre par rapport à la réalité sur le terrain. Or, cette stratégie est bel et bien assortie de mesures, en plus d'une stratégie de rajustement. Nous avons parlé tout à l'heure des itérations futures de cette stratégie, mais pour l'instant, elle fournit un mécanisme d'intervention fondé sur une meilleure consultation auprès des entreprises, le tout afin de rajuster les priorités.

Je pense qu'il y a trois domaines dans lesquels nous devrions aller encore plus loin. Premièrement, il y a l'investissement. Plus de la moitié de notre commerce a lieu au sein des entreprises; c'est ce qu'on appelle l'investissement intra-entreprise. Par exemple, BlackBerry vend à BlackBerry, Bombardier à Bombardier et Ford à Ford. Ce type d'investissement est crucial pour l'économie canadienne, car il sert à attirer d'autres investissements sûrs, et nous devons y avoir accès grâce aux chaînes d'approvisionnement, ce qui est — dans certains cas — une meilleure façon d'accéder aux marchés internationaux que l'approche d'exportation directe.

Ce constat m'est revenu à l'esprit lors de ma visite à Hong Kong avec les représentants d'une entreprise de technologie de l'eau extrêmement novatrice. Ils pensaient qu'ils n'auraient aucune difficulté à vendre cette technologie à Hong Kong pour nettoyer le port près de l'aéroport Kai Tak. Or, les autorités hongkongaises nous ont dit, très poliment, que même si la technologie était très intéressante, il valait mieux collaborer avec une entreprise d'ingénierie au Canada, car Hong Kong n'achetait pas de technologie ni de solution d'ingénierie.

Donc, je pense qu'il y a de meilleures façons... John Curtis a dit tout à l'heure que nous pouvons et devons renforcer nos capacités au Canada afin d'établir des relations avec les maillons de la chaîne d'approvisionnement à l'échelle internationale. J'estime que le renforcement des capacités est très important. Si l'on veut de nouveaux clients, il faut mettre au point de nouveaux produits et répondre à de nouvelles normes. L'innovation joue un rôle clé, tout comme les nouvelles compétences.

On peut également améliorer nos résultats par l'application efficace de nos règles commerciales. C'est bon de négocier de nouveaux marchés — c'est même excellent —, mais encore faut-il que nos partenaires commerciaux respectent les règles, et pour cela, il faut un mécanisme d'application des règles commerciales.

Je peux parler un peu plus des activités de MEC. Notre plan de commercialisation nous a permis d'aligner nos priorités et investissements afin d'aider nos membres et de collaborer avec non seulement les organismes gouvernementaux, mais également les associations industrielles et commerciales, comme l'Association canadienne des importateurs et exportateurs. Cela nous a permis d'établir nos priorités et de collaborer très étroitement avec nos partenaires. Je serais heureux de vous en parler plus longuement tout à l'heure.

Merci.

• (1210)

Le président: Merci beaucoup.

Nous avons maintenant perdu notre connexion vidéo. Je ne sais pas si nous avons également perdu la connexion audio.

Le greffier du comité (M. Paul Cardegna): Nous sommes en train de régler le problème.

Le président: Joy, est-ce que vous nous entendez?

Je pense que nous avons tout perdu.

Pendant qu'on essaie de nous reconnecter, je vais passer tout de suite aux questions et réponses, dans l'espoir que nous puissions rétablir la connexion vidéo avec Joy dans les plus brefs délais. Une fois que nous l'aurons à nouveau, nous interrompons les questions afin de revenir au témoignage.

Nous allons commencer par M. Morin. Vous avez la parole.

[Français]

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

Monsieur Myers, l'objectif du plan PAMM est d'élargir, de concert avec les gouvernements, la présence de nos PME dans les secteurs d'exportation au cours des cinq prochaines années. Dans quelle mesure les efforts visant à donner plus d'ampleur à la présence des exportations seront-ils financés par les PME?

[Traduction]

M. Jayson Myers: Tout d'abord, je dois dire que, parfois, l'on prend des petites exportateurs pour de grandes multinationales. On s'attend à ce qu'ils soient des experts en gestion réglementaire, en commerce international et en affaires juridiques; on s'attend à ce qu'ils puissent développer de nouveaux produits très rapidement pour de nouveaux marchés. Le problème, c'est qu'ils n'ont pas les reins assez solides pour faire tout cela.

Vous savez, tout négoce international comporte des risques. C'est pourquoi les petites entreprises adoptent des stratégies particulières. Par exemple, elles peuvent tout simplement réduire leur risque. Il s'agit alors de nouer des partenariats avec des fournisseurs de services et d'autres organismes qui peuvent leur venir en aide, comme les délégués commerciaux, EDC, la CCC, et des associations sectorielles comme la nôtre.

On constate que les entreprises font beaucoup plus de réseautage pour essayer de connaître à l'avance les problèmes qui peuvent se poser. Il s'agit non seulement d'étudier les débouchés, mais de parler à d'autres entreprises qui ont percé ces marchés pour apprendre de leurs erreurs et de leurs réussites. C'est pourquoi le réseautage entre les pairs est essentiel pour les petites entreprises.

Mais surtout, trop souvent, on se laisse obnubiler par tous les problèmes. Un grand nombre de petites entreprises ne songent même pas à exporter parce qu'elles se sont fait dire que c'est presque impossible. On leur a parlé de tous les obstacles imminents, et je crois que les petites entreprises s'inquiètent tout particulièrement du leadership commercial. Or, les entreprises doivent intégrer une stratégie internationale à leur planification d'affaires et elles doivent ensuite être en mesure de gérer cette stratégie. Elles ne peuvent pas le faire toutes seules; elles ont besoin d'un partenaire. Ma réponse est très générale.

• (1215)

Le président: Merci. Je suis obligé de vous interrompre, car nous avons rétabli la connexion vidéo avec Joy.

Est-ce que vous nous entendez?

Mme Joy Nott: Oui, je vous entends.

Le président: Excellent. Je suis désolé des problèmes techniques, mais maintenant, on vous entend parfaitement bien.

Vous avez la parole pour faire votre exposé.

Mme Joy Nott: Merci.

Je m'appelle Joy Nott, et je suis présidente-directrice générale de l'Association canadienne des importateurs et exportateurs du Canada. Jay et moi plaisantons toujours sur le fait qu'une des questions qu'on me pose le plus souvent, c'est de savoir quelle est la différence entre nos deux organisations. La plus grande différence, c'est probablement le fait que Jay représente des manufacturiers, alors que je représente des importateurs, mais nous représentons aussi tous deux des exportateurs.

Cela étant dit, l'Association canadienne des importateurs et exportateurs du Canada, qu'on appelle couramment I.E. Canada, existe depuis environ 80 ans. Contrairement aux autres associations commerciales, nous nous concentrons sur les barrières tarifaires et non tarifaires ainsi que sur les opérations frontalières. Contrairement à d'autres associations commerciales, y compris MEC, qui défend les intérêts de ses membres dans une vaste gamme de dossiers, nos efforts sont plus ciblés et spécialisés. Alors, le Plan d'action sur les marchés mondiaux correspond tout à fait à notre mandat.

La première chose que je veux dire au sujet du plan d'action, c'est qu'il faut applaudir le gouvernement. Tout ce qu'a dit Jay, pendant que je pouvais encore l'entendre, sur sa satisfaction par rapport au plan d'action, je le dirais moi-même, en général. Tout d'abord, la simple existence d'un plan est une bonne chose. Le fait que le plan se concentre sur de nombreux secteurs commerciaux et de nombreux secteurs industriels précis est une bonne chose aussi, dont on a manifestement besoin. On n'arrive à rien sans cibler les efforts. Ce plan constitue donc, par son existence même et sa nature ciblée, une mesure très positive, et nous en sommes ravis.

Par ailleurs, Jay vous a parlé de certains problèmes qui existent pour la plupart des entreprises. Vous le savez sans doute, les chaînes d'approvisionnement sont maintenant très complexes, car elles mettent en jeu l'importation, l'exportation et la fabrication. Quand je suis entrée dans ce secteur il y a une trentaine d'années, je ne pouvais m'imaginer à quel point les chaînes d'approvisionnement se complexifieraient.

Compte tenu de la réalité à laquelle sont confrontées les entreprises au quotidien, je constate que le plan d'action a tendance à mettre l'accent sur les exportations, ce qui est, selon moi, une faille. Je comprends pourquoi les exportations sont importantes. Jay a dit plus tôt que l'économie dépendait des exportations; je le comprends bien, et nos membres aussi. Mais cela étant dit, les chaînes d'approvisionnement des entreprises modernes sont circulaires et non linéaires. Je veux dire par là que les exportateurs importent, alors que les importateurs exportent; il y a de la fabrication à diverses étapes, dans divers pays, les marchandises étant partiellement fabriquées dans un pays, puis exportées. Le produit fini pour un maillon de la chaîne n'est pas le produit fini qui se retrouvera tout au bout de la chaîne. Nous estimons qu'une des lacunes du plan d'action, c'est l'absence de stratégies globales pour les importations, directement liées au plan d'action.

Actuellement, la politique sur l'importation relève du ministère de la Sécurité publique et de la Protection civile. Il s'agit du même portefeuille que celui pour la GRC et le Service correctionnel. Les Canadiens et nos membres tiennent certainement à la sécurité des frontières et du pays, et à tout le reste, et nous comprenons pourquoi l'ASFC a été confiée à la Sécurité publique après les événements du 11 septembre. Tout cela a du sens. Mais il y a une différence entre la sécurité frontalière et les politiques d'importation.

La sécurité frontalière comprend tout ce que cette expression évoque dans l'esprit des gens. Sachez que je le dis sans légèreté, mais les politiques sur l'importation sont formulées par des gens qui travaillent dans des cubicules, au sein de divers organismes gouvernementaux. Ce sont les politiques avec lesquelles doivent composer les entreprises qui font affaire au Canada.

Récemment — en fait, pas plus tard que la semaine dernière —, le Conseil consultatif sur les petites et moyennes entreprises a présenté un rapport au ministre Fast, le ministre du Commerce international. Ce comité a d'ailleurs été mis sur pied par le ministre. Dans son rapport, le comité recommande que la sécurité frontalière et les politiques sur l'importation soient dissociées, de manière que les politiques sur l'importation se rapprochent de ce qu'on trouve dans le plan d'action. En fait, on pourrait même envisager de retirer les politiques sur l'importation de l'ASFC, sous l'égide du ministre de la Sécurité publique, pour les confier au ministre du Revenu national ou même au ministre du Commerce international.

Ce que nous préconisons, c'est une démarche holistique.

● (1220)

On a beaucoup parlé, ces dernières années, des affaires dont a été saisi le Tribunal canadien du commerce extérieur. Les grands médias ont parlé, l'été dernier, de la taxe sur les iPod, de la coalition 9948 et des téléviseurs. Tout cela est lié, d'une part, aux politiques et au régime d'importation du Canada et, d'autre part, aux mesures positives prévues dans le plan d'action. Les politiques et le plan d'action sont plus liés l'un à l'autre que ne laissent croire les travaux en cours.

Parmi les démarches holistiques dont nous parlons, mentionnons l'initiative prévue dans le budget de 2013 pour moderniser le régime du tarif de préférence général. Personne, même parmi nos membres, ne contestera le bien-fondé d'un tarif préférentiel pour la Chine. Même si les normes de l'OCDE font de la Chine une économie émergente, personne au Canada, même parmi nos membres, ne conteste le fait que la Chine est une puissance à ne pas négliger, qu'elle soit ou non en émergence. Personne ne dit cela. Mais un préavis de 18 mois pour une augmentation des tarifs douaniers sur un vaste portefeuille de produits en provenance de 72 pays, c'est trop court pour les chaînes d'approvisionnement, compte tenu de la complexité actuelle. Il est difficile de retrouver des contrats et de se rééquiper.

Dans le dernier budget, celui de 2014, on parle de consultation et de planification fiscale pour les multinationales. Le gouvernement veut savoir, entre autres choses, quel est l'effet de la planification fiscale des entreprises multinationales sur d'autres participants à l'économie canadienne.

En terminant, là où je veux en venir, c'est qu'il faut un point de vue holistique sur toutes ces questions. Le plan d'action actuel va certes plus loin que le précédent pour corriger ces erreurs d'alignement, mais il y a encore un peu de travail à faire.

Je m'arrête ici et je répondrai volontiers à vos questions.

Le président: Bien, je vous en suis très reconnaissant.

Nous retournons à M. Morin, qui a encore quatre minutes.

Vous avez la parole.

[Français]

M. Marc-André Morin: Madame Nott, vous avez fait allusion à des réalités très concrètes. On voit un peu à quoi ressemble la réalité des PME.

Au cours de ma vie, j'ai vu des entreprises partir de rien et se développer. Souvent, elles ont démarré grâce à des contrats publics ou en réponse à un besoin de l'économie locale. La première condition préalable pour exporter, c'est de survivre.

Ma question s'adresse peut-être aux deux témoins. Croyez-vous qu'il y aurait davantage à faire pour assurer la santé des entreprises pour qu'elles se lancent éventuellement dans l'exportation?

Je ne suis pas convaincu qu'elles aient besoin de se faire mettre la main sur l'épaule et de se faire pousser dans une direction. C'est le rêve de tous les chefs d'entreprise d'exporter et d'avoir du succès. Par contre, il faut qu'ils commencent par survivre à l'environnement hostile dans lequel ces entreprises voient le jour.

Madame Nott, pourriez-vous élaborer un peu à cet égard.

● (1225)

[Traduction]

Le président: C'est pour vous deux, je crois.

Joy.

Mme Joy Nott: Certainement.

Faut-il ou non aider les PME pour qu'elles survivent et prospèrent? Jason Myers a fait quelques observations plus tôt, mais je dirais que la plupart des PME, du moins celles que je connais et auxquelles j'ai parlé, viennent de l'une de deux écoles: ou bien elles pensent au marché mondial et ont le courage et le leadership nécessaires pour explorer d'autres marchés, ou bien au contraire, elles se laissent beaucoup intimider par les règles qui semblent très complexes et incompréhensibles. Elles n'ont pas nécessairement, à l'interne, les compétences nécessaires ou tout l'éventail des compétences nécessaires pour étudier ces règles et comprendre dans quelle mesure elles s'appliquent à leur cas.

Les petites entreprises viennent donc de l'une de ces deux écoles. Comment les encourager à s'épanouir? Je pense que l'économie mondiale, actuellement, n'offre que des défis. Je ne pense pas que le Canada fasse moins que les autres pays industrialisés pour appuyer ces PME. Ce n'est pas du moins ce que me disent nos membres. Je ne pense pas que les PME demandent un soutien gouvernemental. Ce que j'entends le plus souvent, c'est qu'elles veulent une réduction du fardeau administratif. Lorsqu'elles se tournent vers de nouveaux débouchés, ce qui les inquiète, c'est toute la paperasserie qui sera exigée pour faire affaire à l'étranger. Elles ont l'impression que cela échappe à leur contrôle. Pour certaines PME, c'est très intimidant.

Joy.

Le président: Joy.

M. Jayson Myers: À ce propos, le problème de la bureaucratie est de taille, et pas seulement sur les marchés étrangers. Dans le marché des vaccins pour les animaux, il existe des entreprises qui produisent des vaccins ici au Canada, mais auxquelles Santé Canada ne donne plus de certificat de qualité. Elles ne peuvent donc plus exporter ces vaccins parce qu'aux termes des règles de Santé Canada, le produit doit être vendu sur le marché canadien. Très franchement, c'est idiot. Nous devons faire mieux, c'est-à-dire revoir le système de réglementation et nous assurer d'avoir des règlements, ici, au Canada, qui ne font pas obstacle à nos entreprises quand elles font des affaires à l'étranger.

Un des plus grands défis, toutefois — et Joy est probablement d'accord là-dessus —, c'est la communication des possibilités, mais aussi des services et des partenaires avec lesquels les petites entreprises pourraient travailler. Il y a peut-être actuellement beaucoup d'exportateurs — je peux vous dire, pour ce qui est des fabricants, quand on pense à la marge de profit après impôt des petites entreprises au Canada et qu'on se demande combien de temps il faudra travailler avant de faire des profits sur un quart de production de huit heures, on constate qu'on a essentiellement environ cinq minutes et demie pour gagner l'argent dont on a besoin pour réinvestir dans la croissance de l'entreprise. C'est l'une des raisons pour lesquelles bien des entreprises ont une aversion pour le risque. Elles se concentrent davantage sur la production nécessaire pour payer ses employés, et c'est pourquoi elles s'intéressent aux marchés les plus payants et les plus sûrs.

Si elles doivent modifier ce mode de pensée, il leur faudra pouvoir trouver des partenaires pour réduire le risque d'une façon qui leur paraisse appropriée. Elles font plus de bénéfices et peuvent voir une occasion à saisir. C'est bien beau de recenser des possibilités d'exploitation ou d'importation ou de partenariat, mais souvent, on ne sait pas ce que ça vaut vraiment, ici. Alors, bien des entreprises se font échauder parce qu'elles peuvent déceler une occasion, se précipiter sur un énorme marché, mais arrivées sur place, elles ne sont pas trop sûres des gens avec qui elles font affaire. Il faut beaucoup de temps à une petite entreprise pour bien rentabiliser ses activités d'exportation.

Le président: Très bien. Merci beaucoup.

Monsieur O'Toole et monsieur Cannan vont partager leur temps. Vous avez la parole.

M. Erin O'Toole: Merci, monsieur le président. Je partagerai mon temps avec mon collègue, M. Cannan.

Je vous remercie tous deux, monsieur Myers et madame Nott, d'être des nôtres.

J'aimerais revenir rapidement, madame Nott, sur quelque chose que vous avez dit. Vous avez fait l'éloge de l'orientation et de la vision stratégique du Plan d'action sur les marchés mondiaux, mais nous sommes déçus qu'il n'y ait pas plus de renseignements précis sur les importations.

Si nous établissons des relations commerciales avec d'autres pays, comme nous l'avons fait avec l'Europe en signant l'Accord économique et commercial global, avec la Corée du Sud, grâce à des discussions bilatérales, et si ces engagements sont productifs et aboutissent soit à un accord sur la promotion et la protection des investissements étrangers, soit à un accord de libre-échange, le volet des importations y sera également intégré puisque les relations sont réciproques. Les importateurs de votre organisation peuvent promouvoir ces accords, ce qui procurera aussi des avantages stratégiques aux importateurs surtout, à en croire ce qu'a dit

M. Myers au sujet de l'intégration mondiale des chaînes d'approvisionnement.

Pourriez-vous nous en parler?

• (1230)

Mme Joy Nott: Bien entendu. Je suis tout à fait d'accord et je comprends ce que vous dites au sujet des accords de libre-échange que nous négocions actuellement et ceux que nous avons signés. I.E. Canada a témoigné à de nombreuses reprises devant votre comité et divers comités sénatoriaux pour dire que nous appuyons le libre-échange dans son ensemble. La différence n'est pas l'accord de libre-échange qu'on négocie avec un partenaire international, comme l'Accord économique et commercial global, ou l'accord qu'on vient de conclure avec le Honduras, ou celui avec le Japon ou l'Inde, ou tout autre accord sur lequel on travaille actuellement. Je parle ici de la politique des importations qui est appliquée ici, sur le terrain, au Canada, par des bureaucrates canadiens.

Pour vous donner un exemple, un certain nombre d'entreprises canadiennes importent ce que toute personne — vous et moi, et n'importe quel membre de votre famille — identifierait comme des pots de cornichons. Ce sont des pots en verre avec un couvercle de métal. Le bocal est en verre transparent et on voit très bien ce qu'il contient, c'est-à-dire des cornichons. Je n'irai pas dans les détails, mais il y a un taux de droits de douane pour les cornichons, un autre pour les concombres dans la saumure, et ce taux est plus élevé. Nos bureaucrates canadiens ont placé plusieurs entreprises canadiennes dans ce que j'appellerais un malaise administratif, parce qu'ils ont reclassifié quelque chose que n'importe qui appellerait des cornichons pour dire qu'il s'agit de concombres dans la saumure.

Cela n'a rien à voir avec l'accord de libre-échange que nous négocions avec un pays étranger, mais cela a tout à voir avec la façon dont nous interprétons notre propre politique d'importation ici, sur le terrain, au Canada. Il faudrait qu'il y ait une espèce de mécanisme bureaucratique de surveillance exhaustive, de niveau supérieur et de nature politique, pour les politiques d'importations qui sont mises en oeuvre, en regard de quelque chose comme le Plan d'action sur les marchés mondiaux et les accords de libre-échange dont vous parliez.

Je ne sais pas si je réponds exactement à votre question, mais c'est le premier exemple qui m'est venu à l'esprit.

M. Erin O'Toole: D'une certaine façon oui, parce que je crois que cela fait ressortir deux enjeux distincts. Le plan d'action est axé sur les exportations parce que cela fait partie de notre diplomatie économique et c'est une approche stratégique des nouveaux marchés en croissance, lesquels devraient avoir priorité.

Votre problème, et je l'ai connu avant de faire de la politique quand j'étais avocat-conseil au sein d'une grande société, c'est l'esprit bureaucratique qui s'insinue parfois dans les échanges commerciaux. Je l'ai constaté quand j'ai appris que j'ignorais combien de parties il y avait à un poulet. Peu importe si on veut distinguer les parties d'un poulet, ou les concombres dans la saumure, il y a parfois une déconnexion entre la chaîne et le flux du commerce quand les gens appliquent des règles. Je pense qu'il est possible de régler ce problème presque en dehors du Plan d'action sur les marchés mondiaux pour nous assurer que les entreprises ne sont pas désavantagées sur la scène mondiale.

Je cède le reste de mon temps à M. Cannan.

Le président: Avant cela, je veux souligner qu'on les appelle des bureaucrates, des cornichons et maintenant, des poulets. Il faudrait se concentrer.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Monsieur Cannan, vous avez la parole.

L'hon. Ron Cannan: Merci, monsieur le président. Je vais essayer de nous sortir de cette soupe.

Je vous remercie, madame Nott. Je suis heureux de vous revoir. J'ai bien aimé mon séjour en Corée du Sud et je remercie votre association de son soutien à l'ouverture du marché de l'Asie. Nous sommes impatients de pouvoir élargir les marchés.

Monsieur Myers, merci d'être ici aujourd'hui et de participer aux travaux du comité consultatif.

Comme j'ai peu de temps, certains commentaires ont été faits sur la nécessité d'aller plus vite et plus loin. Certaines personnes nous disent cependant que nous allons trop vite. Cela me pousse à me demander si c'est le juste équilibre.

Par ailleurs, vous avez parlé des communications et des possibilités — est-ce une difficulté? M. Fast mènera une délégation en Asie la semaine prochaine et nous avons entendu parler des avantages et des inconvénients des délégations. Les délégués commerciaux... Par quels autres moyens le gouvernement peut-il contribuer à une communication plus efficace avec vos membres?

M. Jayson Myers: J'ai quelques idées en ce qui a trait à la communication. Il s'agit de domaines où nous établissons des partenariats avec des délégués commerciaux, EDC, d'autres organismes et d'autres associations commerciales.

Je pense que nous devrions nous doter, plus particulièrement dans le cas des petites entreprises, d'un système de guichet à accès unique. Cela leur faciliterait la tâche d'identifier des partenaires aptes à les aider et de tisser des liens avec eux. On parle toujours du fait que les entreprises doivent naviguer à travers les chaînes d'approvisionnement, mais elles ont également besoin d'aide pour naviguer à travers les agences qui peuvent les aider. Cela serait très utile.

En ce qui a trait au rôle que jouent des associations comme la nôtre et celle de Joy, on ne parlera jamais assez des services et des occasions dont les entreprises peuvent se prévaloir. On ne fera jamais assez lorsqu'il s'agit de créer un réseau entre les petites entreprises et leurs pairs afin qu'elles comprennent véritablement ce dont elles ont besoin pour faire affaire dans ces marchés. Je ne pense pas que l'on puisse en faire trop quand vient le temps de nouer des relations interpersonnelles car, au bout du compte, les affaires internationales ne portent pas tellement sur les contrats que sur les gens. À moins que vous ne soyez en mesure de créer des relations personnelles — et les petites entreprises ont le temps, l'effort et le dévouement pour investir là-dedans —, cela ne fonctionnera pas. On m'a toujours dit que, si vous allez en Chine, il faut manger du canard laqué à la pékinoise. En fait, ce n'est que lorsque vous mangez des nouilles que vous savez véritablement que vous êtes en mesure de faire affaire et que votre partenaire vous fait confiance.

Voilà quelques exemples de mesures que nous devrions prendre, selon moi. Cela n'appartient pas seulement au gouvernement. Ce n'est pas l'apanage du gouvernement. Je pense que les associations commerciales ont un rôle énorme à jouer en ce qui a trait à la mobilisation des entreprises.

Nous avons parlé des innovations et des défis lorsqu'il s'agit de jumeler les chercheurs aux entreprises qui peuvent utiliser le fruit de leurs recherches et le mettre sur le marché. En revanche, nous ne déployons pas assez d'effort pour jumeler les petites entreprises dotées d'excellentes technologies aux entreprises qui font de l'exportation et qui pourraient commercialiser ces technologies dans les marchés internationaux. Je pense qu'il s'agit d'une autre occasion à saisir.

●(1235)

Le président: Très bien.

Votre temps est écoulé.

Monsieur Pacetti, la parole est à vous.

L'hon. Ron Cannan: Elle lève sa main. Je crois qu'elle aimerait rajouter quelque chose.

Le président: Joy, voulez-vous intervenir brièvement?

Mme Joy Nott: J'allais tout simplement dire rapidement que MEC est en train de faire la promotion à l'heure actuelle de REC, le Réseau Entreprises Canada. Il s'agit d'un site Web qui s'adresse aux petites et grandes entreprises dans l'espoir qu'elles consulteront le site et pourront y trouver des partenaires potentiels dans des cadres étrangers. Je n'en dirai pas plus, mais il existe d'autres modes de communication et je crois qu'il faudrait se pencher davantage là-dessus.

Le président: Merci beaucoup.

L'hon. Ron Cannan: Ça s'appelle comment encore?

Mme Joy Nott: Le Réseau Entreprises Canada, ou REC. MEC en fait la promotion.

Le président: Excellent.

Monsieur Pacetti.

M. Massimo Pacetti: Merci, monsieur le président. J'aimerais remercier les témoins d'être nôtres.

J'aimerais poser une brève question à M. Myers.

Corrigez-moi si je me trompe. Au début de votre allocution, vous avez parlé de diverses choses qu'il fallait faire en ce qui a trait à l'investissement d'entreprise. Vous voulez faire croître l'investissement et renforcer les capacités. Étiez-vous en train de demander au gouvernement d'investir directement ou indirectement dans ces domaines? Vous ai-je bien compris?

M. Jayson Myers: Je pense qu'il faut plutôt aligner les initiatives politiques et les programmes afin d'appuyer... Si nous nous concentrons sur le développement du commerce international, et je parle uniquement du point de vue d'un petit exportateur qui cherche de nouveaux clients dans de nouveaux marchés. Il devra vraiment personnaliser un nouveau produit pour le marché en question. Cela veut dire qu'il faudra sans doute investir davantage dans la recherche et le développement et dans les nouvelles technologies ou dans un nouveau processus. Alors ce n'est pas forcément que...

M. Massimo Pacetti: Et comment percevez-vous le rôle du gouvernement dans ce domaine?

M. Jayson Myers: Je pense que l'on a besoin d'un meilleur alignement. Il existe plusieurs programmes. Je songe, notamment, au Programme d'aide à la recherche industrielle du CRNC ou encore à l'excellent travail qu'effectue FedDev. FedDev investit dans l'amélioration de la productivité des petites entreprises du sud de l'Ontario, lorsque ces améliorations sont liées au développement des exportations. C'est précisément le genre d'alignement dont nous avons besoin. Nous aimerions voir plus d'initiatives de ce genre au sein d'organismes comme le CRNC.

M. Massimo Pacetti: Ce que je constate dans les petites et moyennes entreprises qui essaient de percer plus loin, c'est que certaines d'entre elles ne pourront pas investir dans les ressources humaines, car elles n'en ont pas la capacité.

• (1240)

M. Jayson Myers: C'est exact.

M. Massimo Pacetti: Alors, le propriétaire prendra l'initiative pour percer dans le marché, mais il n'aura pas le temps ou les ressources — ou même l'argent — pour pouvoir passer à la prochaine étape. Il se pourrait également qu'un vendeur dynamique soit en mesure d'acquiescer toutes les ventes, mais qu'il n'ait pas ensuite le soutien nécessaire ou encore, que l'équipe de soutien soit présente, mais qu'elle ne termine pas le travail.

M. Jayson Myers: Oui.

M. Massimo Pacetti: Il y a donc plusieurs domaines. Je ne vous ai même pas parlé de la recherche et du développement. Certaines entreprises peuvent faire la recherche et le développement, mais sont ensuite incapables d'en commercialiser les résultats, alors que d'autres sont en mesure d'amener leurs produits sur le marché, mais sont ensuite incapables d'innover. Il n'y a pas de solution unique qui puisse aider les entreprises.

M. Jayson Myers: Non, il n'y en a pas. Il n'y a pas de solution magique non plus. Il n'y a rien qu'un gouvernement puisse faire pour garantir le succès d'une entreprise qui, du point de vue des affaires, n'est pas dotée du bon modèle d'affaires, n'a pas le bon produit ou n'a pas les capacités nécessaires.

Cela revient à une stratégie commerciale. Selon moi, le plus important, c'est d'aligner les services, car si les entreprises vont croître au Canada, ce ne sera sans doute pas sur le marché national, à une exception près. Je pense que ce sont les ressources, les infrastructures et les projets pétroliers et gaziers du pays qui fournissent à une partie de l'industrie une plate-forme incroyable pour qu'elle puisse vendre leurs nouvelles technologies et nouveaux produits sur le marché mondial.

Mais, au bout du compte, le développement international doit être très important. Cela n'appartient pas uniquement au gouvernement fédéral. Il faut également que les gouvernements provinciaux, les organismes et les associations industrielles comme la nôtre s'alignent davantage.

M. Massimo Pacetti: J'aimerais maintenant poser une question à Mme Nott.

Madame Nott, vous parliez de la sécurité frontalière par rapport à la politique d'importation. Examinons le cas du Canada et de l'Union européenne; je crois d'ailleurs qu'une représentante de UPS nous avait dit que, si nous allions signer un accord de libre-échange avec l'Union européenne, alors il faudrait avoir une file accélérée pour le traitement des biens et services. Pensez-vous que ce serait là une solution envisageable? Si nous voulons accorder la priorité à un marché, nous ne pouvons pas alors avoir des biens qui soient retenus pendant des jours, des semaines ou même des mois. Sinon, il n'y a aucun avantage à avoir un accord de libre-échange. Et la circulation des biens doit se faire dans les deux sens. Pour une entreprise comme UPS, les contenants doivent quitter un pays et être remplis, puis revenir remplis pour que cela soit rentable.

Mme Joy Nott: Je ne suis pas certaine de bien comprendre votre question. Me demandez-vous si une politique en matière d'importation aiderait à la situation générale dont je vous parlais tout à l'heure? Le commerce comporte deux parties. Il y a la partie qui porte sur le déplacement physique des biens. Il s'agit du colis à la frontière, ou du colis sur les camions et les avions. L'autre partie porte sur la politique proprement dite, et c'est de cela que je parlais.

Il ne s'agit pas toujours de comparer l'ASFC, les concombres, la saumure et les cornichons. Parfois, cela peut concerner d'autres

organismes gouvernementaux. Restons donc dans l'analogie alimentaire et songeons, pour un moment, à ce qui arriverait si Santé Canada insistait sur le fait que, au Canada, tout produit contenant de la farine doit être fait à partir de farine enrichie. Cette farine devra être enrichie par des vitamines et des minéraux. En revanche, dans l'Union européenne, l'utilisation de la farine enrichie est interdite.

Alors, ce n'est pas que je crois qu'il y aura de grandes quantités de pain en circulation entre l'Europe et le Canada. Je crois que le pain serait rance à la fin du voyage. En ce qui a trait aux aliments transformés et aux produits qui contiennent de la farine, on se trouve actuellement aux prises avec une barrière commerciale, car, au Canada, si on veut produire des biens, même s'ils sont destinés au marché de l'Union européenne, on ne peut pas utiliser de la farine enrichie — [Note de la rédaction: difficultés techniques]

L'hon. Ron Cannan: L'industrie de la farine a coupé le micro de Mme Nott.

Le président: Je pense que nous l'avons perdue de nouveau. Votre temps est écoulé.

M. Massimo Pacetti: Quelle surprise.

Le président: Vous aviez légèrement dépassé votre temps.

Nous allons maintenant céder la parole à M. Shory et essayer de rétablir la connexion.

M. Devinder Shory (Calgary-Nord-Est, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci aux témoins.

Monsieur Myers, avant de vous poser des questions plus précises, j'aimerais vous donner l'occasion de répondre aux observations formulées par l'Institut C.D. Howe au sujet du rôle du secteur privé. Vous avez peut-être des observations à faire à ce sujet. Qu'est-ce qui empêche le secteur privé d'occuper le rôle qui lui revient?

• (1245)

M. Jayson Myers: Je ne suis pas aussi pessimiste que certaines des personnes qui en font l'analyse et les calculs économiques. En effet, je vois beaucoup d'investissements dans les nouveaux produits. Il faut également signaler que nos exportations sont revenues au niveau qu'elles étaient avant la récession. Il a fallu beaucoup de temps pour en arriver là, mais ce n'est pas comme si notre navire avait coulé.

Y a-t-il des défis à relever? Oui, bien entendu. Mais il y a une autre chose sur laquelle il faut vraiment se pencher — et John Curtis a d'ailleurs fait un excellent travail lorsqu'il a créé un cadre économique pour que l'on puisse analyser le Plan d'action sur les marchés mondiaux. Il s'agit d'avoir une meilleure façon d'évaluer les activités commerciales internationales, car si l'on ne peut pas quantifier quelque chose, alors on ne peut pas l'améliorer.

Par exemple, il y a quelques années, je me suis rendu à Chengdu, au Sichuan. J'ai eu l'occasion de rencontrer le chef de l'association industrielle de cette région, qui m'a dit que, à Chengdu, la voiture étrangère que l'on vendait le plus était une voiture canadienne, une Chrysler, qui venait de Brampton. Cela m'a surpris et, après avoir eu un souper très agréable grâce à cela, je suis rentré et j'ai examiné nos statistiques. Combien de voitures canadiennes pensez-vous que nous exportons en Chine, d'après Statistique Canada? Aucune. Pourquoi? Parce qu'on les distribue par l'entremise des États-Unis.

Si nous ne pouvons pas quantifier notre commerce, nos importations et nos exportations, je peux vous garantir que nous n'aurons pas une bonne idée du commerce des services. Je peux voir que plusieurs entreprises qui auraient opté, il y a quelques années, pour une stratégie d'exportation optent maintenant pour une stratégie d'investissement beaucoup plus directe. L'année dernière, la vente de produits canadiens dans les marchés étrangers était plus importante que nos exportations.

Nous voyons de plus en plus ce genre d'investissements. Et il y a beaucoup de commerce international, mais nous ne le voyons pas forcément à partir d'une base canadienne. Je pense qu'il est important de le reconnaître pour le soutien et les politiques commerciales que nous mettons en oeuvre pour le gouvernement ainsi que pour la stratégie commerciale quant à la façon de percer de nouveaux marchés.

M. Devinder Shory: Merci.

Monsieur Myers, vous avez été membre du comité consultatif du PAMM. À ce titre, pourriez-vous nous dire quel type de consultation vous avez eue avec le gouvernement sur l'orientation du plan? En outre, quels types de suggestions clés avez-vous faites et êtes-vous d'avis que ces suggestions ainsi que celles de vos pairs ont été prises en considération?

M. Jayson Myers: Je pense qu'il y a eu quatre réunions sur une période d'un an. La première était vraiment destinée à déterminer la portée de l'exercice: quels en étaient les tenants et les aboutissants, quels en étaient les objectifs, comment établir le cadre d'analyse? Entre ces réunions, nous avons activement sollicité d'autres associations afin de recenser les exportateurs. Je sais qu'il y a eu un certain nombre de réunions en personne qui ont pu être organisées afin de permettre aux fonctionnaires et au ministre d'avoir leur mot à dire. Ce n'était pas qu'un simple groupe de gens assis autour d'une table. Il s'agissait d'une consultation approfondie, plus particulièrement auprès des petites entreprises de l'ensemble du pays.

En outre, de mon point de vue, je voulais transmettre l'idée qu'on n'avait pas de vue d'ensemble pour ce qui est de choisir des priorités. On peut examiner de nouveaux marchés en croissance, mais ce qu'il nous faut vraiment est une stratégie pour les États-Unis. Les États-Unis constituent notre principal marché. L'Europe est un autre marché avec lequel, en ce moment, il existe la possibilité d'un accord commercial considérable. Il nous faut une stratégie pour l'Europe et cette stratégie va être différente de celle que nous emploierons pour les États-Unis, et je pense que c'est quelque chose dont tiennent compte les priorités.

M. Devinder Shory: Monsieur Myers, ou peut-être que vous deux pouvez répondre à cette question. Ce PAMM distingue les marchés prometteurs pour les entreprises canadiennes en les classant en trois catégories: les marchés émergents qui représentent un important intérêt pour le Canada, les marchés émergents qui comportent des occasions précises pour les entreprises canadiennes et les marchés établis qui représentent un important intérêt pour le Canada.

Pouvez-vous nous donner un aperçu du type de possibilités que l'on entrevoit dans chaque type de marché pour les entreprises canadiennes?

• (1250)

Le président: Nous allons commencer par Mme Nott.

Mme Joy Nott: Je pense que sur ces trois types de marchés, le plus attrayant, du moins d'après ce que nos membres nous ont indiqué, c'est celui des marchés établis sur lesquels nous sommes

déjà présents et qui représentent un important intérêt pour tous les secteurs. Bien entendu, le deuxième type de marché le plus prometteur, ou celui qui semble représenter le plus d'occasions, ce sont des secteurs très précis et des marchés émergents très ciblés sur un secteur. Une bonne partie de nos membres s'occupent du commerce de biens militaires et d'autres biens contrôlés. Ils cherchent des occasions bien précises qui existent dans certains pays émergents et qui ne représentent pas forcément d'occasions intéressantes pour les autres membres.

Tout dépend de qui il s'agit, du moins de notre point de vue. J'aimerais m'intéresser plus particulièrement à nos membres qui sont des petites et moyennes entreprises, car c'est là que se trouvent véritablement nos occasions. D'après ce que j'ai pu voir, elles s'intéressent presque exclusivement aux marchés établis que nous connaissons déjà. Je pense que cela tient à bon nombre des éléments que Jay et moi-même avons indiqués, qu'il s'agisse de l'hésitation des dirigeants à percer de nouveaux marchés ou de la réticence à prendre des risques pour tout un tas de raisons différentes. Je sais que le marché européen, grâce à l'AECG dans son ensemble, est vu comme la prochaine grande occasion malgré le fait que l'Union européenne soit aux prises avec des difficultés économiques à l'heure actuelle. Il n'en reste pas moins qu'elle est considérée comme la plus grande occasion.

Le président: Merci.

Je vais passer à d'autres intervenants, car votre temps est écoulé et je pense que l'on allait entendre à peu près la même réponse.

Madame Liu.

Mme Laurin Liu: Merci de votre temps.

Monsieur Myers, de toute évidence, vous avez participé de près à l'élaboration du PAMM et vous êtes notamment membre du comité de consultation. Comme vous le savez, le PAMM vise entre autres à accroître la présence des exportations des PME canadiennes dans les marchés émergents de 29 à 50 % d'ici 2018, c'est-à-dire au cours des cinq prochaines années.

Au cours de la première heure de questions, M. Curtis a exprimé un certain scepticisme à ce sujet, bien qu'il ne soit pas allé plus loin. À titre de membre du comité de consultation, pouvez-vous nous expliquer comment cet objectif a été déterminé et quelles mesures concrètes seront prises pour le réaliser?

M. Jayson Myers: C'est une bonne question.

Je pense que l'on était d'avis que toute stratégie doit comporter un objectif idéal ou à long terme. C'est donc une cible. C'est exactement ce que l'on visait, tout en reconnaissant qu'il peut y avoir différentes façons d'y parvenir par l'entremise des exportations directes ou des exportations indirectes en accroissant notre présence par l'entremise des chaînes d'approvisionnement, ou dans certains cas, une présence directe sur ces marchés.

Mme Laurin Liu: En gros, vous espérez que l'on parviendra à relever le défi. C'est bien ce que vous dites?

M. Jayson Myers: Si l'on n'établit pas d'objectif idéal, on ne parvient pas à créer les conditions propices à l'alignement ou aux affaires elles-mêmes.

Nous avons parlé un peu plus tôt de l'intervention de la direction d'une petite entreprise. J'espère, et c'est quelque chose auquel on a réfléchi, que le PAMM lui-même proposera une cible et un objectif pour les entreprises elles-mêmes.

Mme Laurin Liu: J'ai une autre question pour vous, monsieur Myers, concernant les objectifs du PAMM. L'un de ces objectifs consistait à faire venir des talents afin de répondre à la pénurie de main-d'oeuvre du Canada.

À titre de membre du comité de consultation, pouvez-vous nous dire si des représentants du secteur de la main-d'oeuvre du Canada se trouvent au comité?

M. Jayson Myers: Je ne crois pas.

Il y avait principalement des représentants du volet exportation ou des entreprises qui étaient effectivement en affaires. C'est vraiment ce que vise la stratégie, tout en reconnaissant le besoin pour toutes les entreprises d'être en mesure de déplacer des effectifs d'un endroit à l'autre, que ce soit pour venir au Canada ou aller à l'étranger.

• (1255)

Mme Laurin Liu: Merci.

Avant que mon temps ne soit écoulé, j'aimerais poser ma question à Mme Nott.

Le PAMM fait référence au Service des délégués commerciaux du Canada et, de toute évidence, c'est quelque chose que vous connaissez très bien. Il s'agit d'un réseau de professionnels du ministère des Affaires étrangères, du Commerce et du Développement, qui travaillent dans les ambassades, les hauts-commissariats, les consulats et les bureaux régionaux afin d'appuyer la croissance des entreprises canadiennes à l'échelle internationale.

Selon vous, la répartition géographique actuelle des bureaux du SDC correspond-elle aux intérêts actuels ou prévus des entreprises canadiennes? Avez-vous des recommandations à faire sur la façon dont on pourrait améliorer le réseau?

Mme Joy Nott: Pour ce qui est de la situation actuelle des bureaux du Service des délégués commerciaux du Canada à l'échelle internationale, je pense que c'est le cas. Selon moi, la question la plus urgente en ce qui concerne le Service des délégués commerciaux est le fait — et c'est quelque chose que l'on entend dire souvent — qu'il s'agit du secret le mieux gardé au Canada. Lorsque je vois le nombre de PME à qui j'ai parlé et qui n'ont jamais entendu parler du Service des délégués commerciaux, qui ne comprennent pas bien de quoi il s'agit, ou qui pensent qu'elles ne sont pas suffisamment importantes pour s'en prévaloir, pour moi, c'est un problème. Je pense que l'on doit mieux communiquer afin d'expliquer ce qu'est le Service des délégués commerciaux et qui y est admissible, car il y a un trop grand nombre de PME qui ne pensent pas être suffisamment importantes et suffisamment grandes pour mériter un degré d'attention adéquat.

Pour ce qui est d'un autre problème de communication relativement au PAMM dans son ensemble, je pense que le plan d'action, pour revenir à ce qu'a dit Jay, devrait motiver les dirigeants de PME au Canada à s'ouvrir aux marchés internationaux. Mais j'estime que nous avons le même problème avec le PAMM. Lorsque je parle du PAMM, la plupart des dirigeants de PME à qui j'ai parlé pensent que je fais référence à un GPS. Ils ne savent pas de quoi je parle.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Hiebert.

M. Russ Hiebert: Je suppose que c'est perdu dans la traduction.

Monsieur Myers, vous avez commencé votre déclaration préliminaire en parlant de l'histoire de l'exportation au Canada et vous avez dit que nous avons perdu 20 000 exportateurs dans les années 2000 en raison des taux de change étrangers. M. Curtis a aussi parlé de

l'impact des risques liés au taux de change pour les PME. Je me demande si le gouvernement peut faire quelque chose pour aider ces PME à affronter les risques liés au taux de change qui existent aujourd'hui.

M. Jayson Myers: C'est une bonne question.

Dans une certaine mesure, ce n'est pas que le taux de change. Je pense que c'est là que le savoir-faire de Joy est très intéressant. Il faut aussi savoir que les petites entreprises canadiennes, qu'elles soient des importateurs ou des exportateurs, assument aussi un risque à la frontière; par conséquent, à part les bonnes politiques générales économiques et fiscales, qui sont extrêmement importantes, il y a des organismes comme EDC, par exemple, qui, selon moi, joue un rôle crucial pour compenser certains des risques financiers liés à la volatilité des taux de change. D'autres établissements financiers le font également.

Mais ce que nous constatons chez les entreprises faisant des affaires internationales... Il y a le risque inhérent au taux de change, plus le ralentissement de la demande de la clientèle dans le marché américain, et c'est peut-être une raison pour laquelle les entreprises canadiennes ne font pas d'exportation, préférant se tourner vers le marché canadien. Elles se concentrent donc sur des projets d'infrastructures et de ressources du Canada, qui, pour bon nombre de ces entreprises, offrent un bien meilleur rendement de leurs investissements et de bien meilleures ventes que d'essayer de continuer de faire des affaires aux États-Unis. C'est peut-être pour cette raison que nous avons constaté que le nombre de nos entreprises qui exportent vers les États-Unis est en déclin.

Mais il faut nécessairement avoir une meilleure politique frontalière... Il y a deux ans, Statistique Canada a réalisé un sondage sur les répercussions des mesures de sécurité resserrées à la frontière sur les importations et les exportations canadiennes. Statistique Canada a déterminé que, dans les deux cas, environ 10 à 12 % des entreprises avaient cessé de faire des affaires aux États-Unis tout simplement en raison des problèmes à la frontière. Il est donc clair que nous devons agir sur ce front.

Nous avons constaté que bon nombre d'entreprises essaient de compenser certains de ces risques en équilibrant leurs exportations et leurs importations et en assumant, lorsque le dollar est élevé, une plus grande part de dette en dollars américains; cela leur permet d'accroître leur capacité de faire des affaires entre le Canada et les États-Unis ou à l'échelle internationale.

Les services qui leur permettent de prendre ces décisions et de changer leur organisation opérationnelle sans trop de problème sont très importants. Encore une fois, c'est là qu'entrent en jeu certains problèmes de réglementation, parce qu'ils peuvent empêcher une telle souplesse.

• (1300)

M. Russ Hiebert: J'aimerais bien que Mme Nott réponde à la même question sur les taux de change. J'aimerais aussi savoir si elle a des observations sur l'initiative canado-américaine visant à faciliter les échanges à la frontière? Cette initiative a été annoncée il y a plusieurs années par le premier ministre. Je pense même, monsieur Myers, que vous étiez là au moment de l'annonce.

Madame Nott?

Mme Joy Nott: Je me ferai l'écho de tout ce que Jay vient de dire et je peux aussi vous présenter un exemple.

Il y a une entreprise canadienne qui, pendant plus de 50 ans, importait des instruments de musique de l'Asie, essentiellement de la Chine, et dont le centre de distribution pour l'Amérique du Nord était situé à l'extérieur de Toronto, à Scarborough. En raison de mauvaises expériences et d'autres facteurs qui sont entrés en jeu, je pense qu'à l'heure actuelle — en fait, je pense que la décision a déjà été prise — cette entreprise songe à transférer ce centre de distribution aux États-Unis.

Je trouve que de nombreux progrès ont été réalisés relativement à l'amincissement de la frontière entre le Canada et les États-Unis. Nous n'avons aucun contrôle sur ce que j'appellerais le patriotisme américain. Il y a toujours un effet de balancier entre la tolérance des Américains envers les importations et leur intolérance à cet égard, même si les importations proviennent du Canada. Je pense que c'est cette incertitude qui explique pourquoi de nombreuses entreprises

canadiennes, même des petites entreprises, qui à une époque se seraient peut-être servi du Canada comme de centres de distribution, font maintenant fabriquer leurs biens à l'extérieur du Canada et les expédient directement aux États-Unis grâce à la mise sur pied de centres de distribution directement aux États-Unis et, au besoin, elles exportent des États-Unis vers le Canada pour alimenter le marché interne.

Le président: Vous avez tout à fait raison à ce sujet. En fait, cela pourrait mener à une autre discussion et le comité pourrait se pencher sur cette question dans l'avenir. En tout cas, je tiens à vous remercier d'avoir été des nôtres. Votre exposé sur ce sujet a été très utile.

Merci également aux membres du comité pour l'excellence de leurs questions.

Sur ce, notre temps est écoulé et la séance est levée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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