



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

AGRI • NUMÉRO 025 • 2^e SESSION • 39^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 8 avril 2008

—
Président

M. James Bezan

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

<http://www.parl.gc.ca>

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

Le mardi 8 avril 2008

• (0905)

[Traduction]

Le président (M. James Bezan (Selkirk—Interlake, PCC)): La séance est ouverte.

J'aimerais souhaiter la bienvenue à tous les témoins, qui ont été invités à comparaître dans le cadre de notre étude sur la mention « Produit du Canada ». C'est une question qui est importante pour le comité certes, mais également pour les agriculteurs, les consommateurs et les transformateurs.

Nous accueillons ce matin MM. Grant Robertson et Nigel Smith du Syndicat national des agriculteurs, M. Robert Monty de la Fédération des producteurs de porcs du Québec; Mary Ann Binnie du Conseil canadien du porc, bonjour, Mary Ann; et M. Bob Friesen qui est président de la Fédération canadienne de l'agriculture, que nous connaissons bien. Se joignent à eux MM. Jacques Laforge et Richard Doyle des Producteurs laitiers du Canada et M. Pierre Lemieux et Mme Alyne Savary de l'Union des producteurs agricoles. Bienvenue à tous.

Étant donné le nombre de témoins que nous recevons aujourd'hui, je vous demanderais de vous en tenir à dix minutes au plus pour vos remarques liminaires. Nous aimerions avoir un véritable débat avec les membres du comité après les exposés.

Sur ce, monsieur Robertson, voulez-vous bien commencer?

M. Grant Robertson (coordonnateur, Région de l'Ontario, Union nationale des fermiers): Les membres du Syndicat national des agriculteurs désirent vous remercier d'avoir entrepris l'étude de cette question et de nous avoir invités à comparaître pour que nous puissions exprimer nos préoccupations et nos recommandations. Notre syndicat s'intéresse à ces questions d'étiquetage depuis très longtemps et il est réjouissant de constater que les choses risquent de progresser.

Comme je prends la parole en premier, je vais en profiter pour vous raconter deux histoires qui illustrent à quel point la question est importante pour les consommateurs. Comme nous travaillons dans le secteur agricole, nous comprenons la problématique, et il en sera de même pour tous ceux qui sont ici.

D'abord, permettez-moi de me présenter. J'estime que j'agis à titre de consommateur averti lorsque j'achète des produits. Il y a quelques semaines, je voulais acheter des tomates et j'ai vraiment dû chercher pour en trouver qui avaient le label « Produit du Canada ». Quand je les ai finalement trouvées, j'ai commencé à me servir dans le bac et à mettre les tomates dans mon panier et c'est alors que je me suis rendu compte que les tomates supposément canadiennes avaient une petite étiquette avec la mention « Cultivé au Mexique ». Il y avait environ sept ou huit tomates avec le label canadien et toutes les autres avaient été cultivées au Mexique. Cet exemple démontre à quel point il est facile d'induire en erreur les consommateurs qui ne sont pas vigilants.

Ensuite, toujours pour illustrer la perspective des consommateurs, on m'a invité à participer à une tribune téléphonique. On m'avait demandé de parler pendant cinq à sept minutes du label « Produit du Canada ». En fait, la tribune a duré une heure et demie parce que les consommateurs n'arrêtaient pas d'appeler... On était à London, en Ontario, la ville qui est censée être le marché témoin pour tous les produits canadiens du côté du Canada anglais. Les gens étaient passionnés par cette question. Le Canadien moyen est très préoccupé par la situation et aimerait que quelqu'un en assume la responsabilité.

Lors de notre convention nationale à London en Ontario, en novembre 2007, nous avons adopté la résolution suivante:

Par conséquent, il est résolu que le SNC entreprenne une campagne de sensibilisation auprès des gouvernements fédéraux et provinciaux et les oblige à davantage de clarté et d'exactitude dans l'étiquetage des aliments et des produits alimentaires.

C'est quelque chose qui nous préoccupe depuis longtemps.

Dimanche dernier, le SNA de l'Ontario a adopté la résolution suivante:

Par conséquent il est résolu que le SNC commence à promouvoir un label cultivé ou élevé au Canada réservé aux produits alimentaires cultivés ou élevés par les agriculteurs canadiens.

Notre association a toujours eu une politique dans ce domaine, mais il est clair que les étiquettes trompeuses se retrouvent sur de plus en plus d'aliments. Il est maintenant possible d'acheter du jus de pamplemousse « Produit du Canada » ou encore du café « Produit du Canada ». Tout le monde sait que le comité de Bruce est le centre de l'univers, et pourtant nous sommes incapables d'y faire pousser des pamplemousses, et je ne connais pas beaucoup d'autres régions au Canada où c'est possible.

On a beaucoup parlé des éléments de base de la question du label « Produit du Canada », mais pour ma part, j'aimerais aborder la question du guide d'étiquetage des fruits et des légumes transformés de l'ACIA, qui est clairement inadéquat. Permettez-moi de vous donner deux exemples. En vertu des lignes directrices de l'ACIA, les fabricants canadiens sont obligés d'apposer sur les produits des étiquettes trompeuses. Si un produit est canadien, s'il a vraiment été cultivé au Canada, alors il n'est pas obligatoire de l'identifier comme étant un produit canadien. Il y a beaucoup de transformateurs qui identifient leurs produits tout simplement parce que c'est bon pour les ventes. Mais en fait, la question se résume à cela. Il faut se demander pourquoi les entreprises décident de le faire. Pourquoi indiquent-elles la provenance canadienne de leurs produits? Elles le font parce qu'elles savent que ça marche, que les consommateurs achèteront quand ils voient le label « Produit du Canada ».

Selon le guide de l'ACIA, il faut utiliser les termes comme « catégorie de fantaisie », « catégorie de choix » et « catégorie régulière », mais il faut savoir que le mot Canada est apposé devant ces mentions, et je parle ici de produits qui viennent d'ailleurs et qui sont soit emballés soit surtransformés ici au Canada. Dans le guide, il y a deux exemples, qui sont très importants lorsqu'on pense à ce que nous devrions faire en matière d'étiquetage.

Premier exemple, la catégorie pour des cerises provenant de France importées en vrac au Canada, classées et remballées au Canada dans un établissement agréé doit être « Canada de choix ». Il faut apposer ce label aux cerises même si elles viennent de l'étranger.

• (0910)

Le deuxième exemple, ce sont des pommes importées des États-Unis au Canada qui sont transformées en compote de pommes dans un établissement agréé. Le produit obtenu sera donc étiqueté « Canada de fantaisie ».

Alors, il n'est pas étonnant que les consommateurs aient l'impression d'être induits en erreur puisque les règles ont été établies délibérément de façon trompeuse. Bien des raisons expliquent cette situation, mais ce qui est important, c'est que les consommateurs veulent maintenant que les choses changent.

Pour ce qui est de nos recommandations, nous pensons qu'il est extrêmement important pour les familles agricoles et les consommateurs canadiens que nos produits alimentaires soient étiquetés de façon claire et exacte, parce que les consommateurs deviennent de plus en plus cyniques. Ils veulent appuyer les agriculteurs canadiens. C'est pour cela qu'ils achètent des produits canadiens. Mais s'ils se mettent à croire que de toute façon cela ne changera rien et qu'ils cessent d'acheter ces produits, ceux qui vont en payer le prix, ce ne seront pas les transformateurs ou l'industrie, mais bien les familles agricoles canadiennes.

Notre syndicat recommande que l'étiquette « Produit du Canada » soit obligatoire pour les fruits et les légumes cultivés et transformés à 100 p. 100 au Canada et seulement pour les fruits et légumes cultivés et transformés à 100 p. 100 au Canada et qu'on ne puisse pas utiliser le label « Canada » sur des produits qui viennent de l'étranger. Nous recommandons également que, si un produit alimentaire transformé ou fabriqué au Canada est composé d'ingrédients importés, les étiquettes obligatoires spécifient le pays d'origine de ces ingrédients ainsi que le pourcentage d'ingrédients importés. Nous estimons qu'il est important pour les consommateurs de pouvoir choisir et ce, en fonction d'une information claire. Nous pensons également que le consommateur canadien veut que les produits canadiens soient clairement identifiés. Aussi, il est important que la provenance soit précisée, pour que les acheteurs puissent prendre des décisions éclairées. D'après nous, si cela veut dire que nous devons adopter un système comme l'étiquetage du pays d'origine, qui sera prochainement en vigueur aux États-Unis, alors, c'est ce que nous devons faire parce que c'est ce que recherche le consommateur et que cela nous permettra de soutenir nos agriculteurs.

J'aimerais terminer en vous faisant une suggestion qui ne vous étonnera pas, venant d'un agriculteur: que l'étiquetage soit clair et sans équivoque. C'est ce qui se reflète dans la résolution adoptée lors de la convention annuelle du SNA en Ontario. Permettez-moi de la relire en guise de conclusion:

Par conséquent, il est résolu que le SNC commence à promouvoir un label cultivé ou élevé au Canada réservé aux produits alimentaires cultivés ou élevés par des agriculteurs canadiens.

On ne peut pas être plus clair ou plus simple. Le message est clair et sans équivoque: si le produit est cultivé ou élevé au Canada, alors,

il est cultivé ou élevé au Canada. C'est ce que recherchent les agriculteurs et les consommateurs.

Le président: Merci, monsieur Robertson.

Monsieur Monty.

[Français]

M. Robert Monty (deuxième vice-président, Fédération des producteurs de porcs du Québec): Monsieur le président, chers membres du comité permanent, je voudrais premièrement vous dire que je suis ici au nom du Conseil canadien du porc ainsi qu'au nom de la Fédération des producteurs de porcs du Québec. Je vous remercie de me recevoir aujourd'hui et de me donner la chance de discuter avec vous d'un autre dossier préoccupant qui touche l'industrie porcine canadienne, soit l'étiquetage et les règles d'importation.

Lors de notre dernière visite, nous avons parlé de la crise mondiale que vit l'industrie porcine depuis quelques années et qui s'est accentuée au cours des derniers mois. Vous nous avez entendus parler abondamment du coût élevé des intrants, de la hausse vertigineuse et rapide du dollar canadien et du manque de liquidités des producteurs. Nous avons également souligné qu'un des problèmes qui subsiste au Canada et au Québec est l'absence d'identification adéquate des produits canadiens ou, en fait, la confusion qui règne quant à l'identification actuelle des produits canadiens. Nous vivons le même phénomène au Québec. Jumelé à cela, les produits du porc importés ne sont pas soumis aux mêmes standards réglementaires que ceux en vertu desquels nous élevons et produisons nos porcs ici.

Nous souhaitons tous que les produits que nous fabriquons soient identifiés correctement, qui que nous soyons au Canada et au Québec. C'est une question de responsabilité envers les consommateurs et les producteurs. Nous en sommes à nous interroger sur les mentions actuelles des produits dits canadiens. Nous nous interrogeons sur leur réelle proportion en contenu canadien. Nous nous interrogeons aussi sur la provenance de ces produits. La problématique est majeure, particulièrement en ces temps où les consommateurs canadiens et québécois sont de plus en plus soucieux et intéressés à connaître la provenance des aliments qu'ils achètent et qu'ils consomment. Ils sont intéressés par les conditions dans lesquelles sont élevés les animaux. On remarque que les consommateurs, aujourd'hui, particulièrement au Canada et au Québec, sont préoccupés par l'environnement, par la salubrité et l'innocuité des aliments, par le traitement et la santé des animaux et par l'utilisation interdite de certains pesticides ou produits vétérinaires.

Les conditions économiques qui prévalent dans un pays industrialisé tel que le Canada font en sorte que les conditions de travail que doivent offrir les entreprises agricoles à leurs salariés ne peuvent rivaliser avec les conditions offertes dans les pays en émergence tels que la Chine et le Brésil. Bref, c'est une question de protection et de contrôle de ce qui est vendu sur les tablettes de nos supermarchés. C'est une responsabilité que nous avons tous envers le consommateur.

Il ne faut pas se leurrer, dans ce dossier hautement épineux et politique. Certaines considérations doivent certainement nous échapper. Nous comprenons tous que les règles du jeu de l'importation ne favorisent pas les producteurs canadiens actuellement. On le constate facilement en se rendant à l'épicerie, où les produits canadiens et québécois sont vendus plus cher. D'une part, on s'attend à un comportement exemplaire du Canada; on attend des producteurs une conduite irréprochable. Ici, on lave plus blanc que blanc, alors que les produits similaires importés font leur entrée au Canada sans qu'ils ne soient soumis aux mêmes règles du jeu, et ils sont vendus moins cher à l'épicerie. N'est-ce pas là la loi du deux poids, deux mesures?

Bien entendu, nous ne sommes pas là pour dicter aux autres pays les règles de production à suivre. Cependant, il faut comprendre que ces règles et normes nuisent considérablement aux producteurs d'ici. Nous ne souhaitons en aucun temps réduire les normes de production qui nous régissent. Nous en sommes fiers. Toutefois, nous demandons au gouvernement fédéral de protéger les consommateurs canadiens et québécois des produits qui sont importés ici. Je suis persuadé que les consommateurs canadiens, s'ils connaissaient toutes ces irrégularités et invraisemblances, exigeraient une assurance sur la provenance des produits qu'ils achètent. Ce faisant, ils favoriseraient grandement les produits canadiens, ce qui assurerait une reconnaissance à notre produit et aux efforts que nous avons investis.

Selon vous, monsieur le président, est-ce normal de voir la mention « Produit du Canada » sur des cartons de jus d'orange?

• (0915)

Nous savons tous très bien qu'il ne se cultive pas d'oranges au Canada. Alors comment savoir? Comment expliquer aux consommateurs la raison d'un tel étiquetage? Parce qu'ils sont emballés ici? Alors, indiquons-le adéquatement, afin que le consommateur s'y retrouve. Dans l'esprit du consommateur, lorsqu'il voit une étiquette « Produit du Canada », peut-on le blâmer de croire qu'il s'agit d'un produit agricole d'origine canadienne? C'est une question de crédibilité et de responsabilité.

Au Québec, nous souhaitons en venir à une identification claire de la provenance de nos produits, en production porcine. Nous souhaitons voir les produits de porc achetés chez les détaillants identifiés « Québec ». Avec tous les efforts que nous avons mis dans la promotion de notre produit, il serait logique que l'étiquetage soit conséquent. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants à ce sujet, et nous les encourageons à s'informer de la provenance des produits de porc qu'ils achètent chez leur boucher.

Vous avez sans doute remarqué l'importance que nous accordons aux produits que nous vendons et à la façon dont nous les produisons et les vendons. Conséquemment, la fédération recommande un contrôle étroit des règles du jeu dans le commerce afin de permettre aux producteurs d'ici de tirer leur épingle du jeu dans ce commerce international toujours plus compétitif. Donnons-nous des armes égales.

Enfin, pour s'assurer que les consommateurs sachent reconnaître les produits d'ici, ceux qui en proviennent et sont vraiment produits ici, nous recommandons une identification claire de nos produits canadiens et québécois via un étiquetage adéquat.

Merci de m'avoir donné l'occasion de vous exposer notre position dans ce dossier.

• (0920)

[Traduction]

Le président: Madame Binnie, vous avez la parole.

Mme Mary Ann Binnie (analyste en nutrition, Conseil canadien du porc): Bonjour, monsieur le président et membres du comité.

Je suis ravie de comparaître aujourd'hui au nom des producteurs de porcs du Canada pour vous parler de la mention « Produit du Canada ».

Tout d'abord, permettez-moi de vous en dire un peu plus sur notre groupe. Le Conseil canadien du porc est le porte-parole des producteurs de porcs du Canada. Nous regroupons neuf associations agricoles provinciales, qui représentent plus de 12 000 producteurs de porcs. Nous défendons les intérêts de nos membres en intervenant dans les politiques nationales et internationales et en participant à l'élaboration et la mise en oeuvre d'initiatives sur la salubrité des aliments, le bien-être des animaux, la traçabilité, la santé animale, la gestion environnementale, le commerce international et la nutrition.

C'est grâce à notre leadership, notamment, que le secteur porcin canadien a pu se tailler une place de choix à l'échelle internationale. Nous savons que les consommateurs accordent de plus en plus d'importance aux étiquettes lorsqu'ils prennent des décisions d'achat. Ce phénomène s'explique en partie par l'intérêt que porte le consommateur à la nutrition et par son désir d'acheter des produits locaux ainsi que par les effets négatifs des rappels d'aliments. Les Canadiens désirent être mieux informés afin de prendre des décisions qui sont conformes à leurs intérêts personnels et à leurs besoins. Il nous revient de les informer pour qu'ils puissent prendre des décisions éclairées.

A notre avis, le comité devrait se pencher sur deux questions, à savoir comment peut-on définir de façon appropriée le label « Produit du Canada » et dans quelle mesure devrait-on exiger son utilisation.

Pour ce qui est de la définition, nous savons que la mention « Produit du Canada » peut être apposée sur des produits contenant des ingrédients importés à partir du moment où ils ont été transformés substantiellement et où au moins 51 p. 100 des coûts directs totaux du produit ou du processus de fabrication sont canadiens. Les lignes directrices régissant le label « Produit du Canada » prennent en compte la complexité du processus de fabrication.

C'est en raison des améliorations en matière d'entreposage, de transport, d'équipement de production, d'emballage et d'une plus grande disponibilité de la main-d'oeuvre, que l'approvisionnement alimentaire s'est mondialisé. La chaîne d'approvisionnement est maintenant mondiale et la distance ne compte plus.

Le système actuel qui régit l'utilisation du label « Produit du Canada » permet une certaine proportion d'ingrédients importés ou certaines étapes de production étrangères, ce qui est critique étant donné la mondialisation, et il va sans dire que l'industrie porcine canadienne n'échappe pas à ce contexte de mondialisation. Près des deux tiers des porcs nés au Canada sont exportés, soit sous forme d'animaux sur pieds, soit sous forme de produits du porc. La valeur des exportations de porcs et de produits du porc a dépassé les trois milliards de dollars en 2007.

Selon une étude menée par le Centre George Morris, un organisme de recherche indépendant dans le domaine économique, 42 000 emplois et 7,7 milliards de dollars en activité économique sont attribuables à ces seules exportations. Mais en même temps, nous importons de plus en plus de porcs. En terme de volume, les importations de porcs en 2007 ont augmenté de 10 p. 100 par rapport à 2006 et de 30 p. 100 par rapport à 2004. La plupart des consommateurs ne sont pas au courant de cette tendance parce qu'en général, la provenance n'est pas indiquée sur le porc frais vendu au détail.

Ce qui m'amène à mon deuxième point, à savoir dans quelle mesure devrait-on exiger que la provenance des produits soit indiquée. En fait, il faut déterminer si nous estimons qu'il faut exiger que la provenance soit indiquée sur l'ensemble des produits. Nous avons une connaissance de la question, en raison de notre expérience avec l'étiquetage du produit d'origine obligatoire aux États-Unis. Cette initiative, prévue par le Farm Bill de 2002, devrait entrer en vigueur en septembre prochain. L'approche américaine est fondamentalement erronée et ingérable parce qu'elle demande à l'industrie des deux pays de respecter des règles onéreuses et déraisonnables. Dans l'état actuel des choses, pour que du porc soit considéré comme provenant des États-Unis, il faut que l'animal soit né, élevé et abattu aux États-Unis. Par conséquent, si un porcelet sevré né au Canada, transporté aux États-Unis à l'âge de trois semaines pour y être élevé et engraisé et abattu dans des installations américaines, la viande ne pourra pas être étiquetée comme étant américaine. Les producteurs, les transformateurs et les détaillants devront séparer les animaux pour déterminer leur lieu de naissance. C'est un processus excessivement onéreux et l'impact s'est déjà fait sentir sur le marché des porcelets sevrés au Canada.

On a entendu dire que les acheteurs américains de porcelets sevrés canadiens déchiraient leurs contrats en citant la réglementation sur l'étiquetage du pays d'origine qui sera mise en oeuvre prochainement. Ce qui se traduit par une nouvelle baisse du prix de ces animaux et par la perte de marchés, à un moment où notre industrie est le moins en mesure de se le permettre.

• (0925)

Comme le savent les membres du comité, l'industrie porcine canadienne est en proie à une grande incertitude à l'heure actuelle, en raison de la force du dollar canadien, de l'augmentation du prix de la moulée et de la faiblesse du prix des produits de base. L'étiquetage obligatoire du pays d'origine imposé par les États-Unis constitue un obstacle de plus pour notre secteur. Les lois sur l'étiquetage obligatoire du pays d'origine gênent l'intégration croissante de l'industrie porcine nord-américaine au détriment des producteurs des deux pays.

Quelle est la meilleure façon de renseigner les consommateurs sans alourdir davantage les coûts imposés au système? Pour l'instant, la solution réside dans l'étiquetage volontaire pour faire la promotion des produits canadiens. Pork Marketing Canada, une nouvelle organisation créée pour favoriser la consommation du porc au pays, lancera prochainement une nouvelle étiquette canadienne qui sera appliquée sur les emballages de porc provenant d'exploitations agricoles canadiennes. La Fédération canadienne de l'agriculture cherche à obtenir du financement pour un programme d'aliments canadiens de grande envergure qui ferait la promotion des produits agricoles canadiens.

Il est nécessaire d'identifier les produits alimentaires canadiens pour fournir aux consommateurs les renseignements nécessaires pour faire leurs propres choix. Il s'agit d'approches volontaires dont les définitions et les mécanismes de surveillance font la promotion

des produits élevés et cultivés au Canada. Si ces approches obtiennent le financement adéquat et sont mises en oeuvre de façon vigoureuse, elles fourniront aux consommateurs canadiens les renseignements qu'ils souhaitent obtenir sans ajouter inutilement au fardeau du secteur agricole. Il s'agit de l'approche du bâton et de la carotte.

Nous voulons préciser que pour nous, la discussion entourant la mention « Produit du Canada » n'est pas liée à la salubrité des aliments. Nous comptons sur les organismes de réglementation comme Santé Canada et l'Agence canadienne d'inspection des aliments pour établir des politiques et les mettre en oeuvre afin de garantir la salubrité de l'approvisionnement alimentaire canadien. Des programmes vigoureux de l'industrie viennent compléter ces approches réglementaires. Par exemple, le programme d'assurance de la qualité canadienne du Conseil canadien du porc et le programme d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques des producteurs et des transformateurs de porcs canadiens établissent des normes et renforcent notre réputation de leader dans la salubrité et l'inspection des aliments. En fait, je suis ravie de souligner que nous célébrons aujourd'hui le dixième anniversaire du programme d'assurance qualité canadien du CCP. Ce programme a été lancé il y a 10 ans, le 8 avril 1998.

Si nous décidons d'aller de l'avant et de renforcer l'étiquetage des produits fabriqués au Canada, nous nous attendons à ce que les règles soient transparentes, qu'elles n'aient aucun effet de restriction, de distorsion ou de perturbation du commerce international et qu'elles soient gérées de façon constante, uniforme, impartiale et raisonnable.

Pour conclure, au nom des producteurs de porcs canadiens, j'aimerais remercier le comité de nous avoir permis de formuler nos observations au sujet de cette question très importante. Nous sommes impatients de constater les initiatives qui seront entreprises par le gouvernement à la suite de ces consultations.

Le président: Merci beaucoup.

Passons à M. Friesen, s'il vous plaît.

M. Bob Friesen (président, Fédération canadienne de l'agriculture): Merci beaucoup, monsieur le président. Merci de m'avoir invité.

J'ai eu l'occasion d'assister à une séance de votre comité la semaine dernière, lorsque vous avez entendu les représentants de l'ACIA et du Bureau de la concurrence. J'ai écouté avec plaisir la discussion qui a eu lieu autour de cette table et j'ai constaté l'indignation exprimée par les membres du comité; je ne peux probablement pas y ajouter beaucoup.

J'aimerais revenir sur le commentaire formulé par M. Miller à une réunion du comité au sujet des pamplemousses ainsi que sur les observations additionnelles qu'il a publiées sur Internet, selon lesquelles des pamplemousses peuvent porter la mention « Produit du Canada ». C'est pour cette raison que notre réglementation est risible.

M. Miller a également parlé de l'ail et a indiqué que de l'ail importé de Chine porte la mention « Produit du Canada » en raison du travail consistant à le hacher et de son contenant. C'est pour cette raison que notre réglementation est trompeuse.

Selon nous, il est plus que temps d'examiner la définition de la mention « Produit du Canada », et la liste ne s'arrête pas là.

Je pense que tous les gens présents dans cette salle sont d'accord pour dire que le consommateur est trompé. On pourrait parler du jus de pomme. En février, nous avons reçu à notre réunion annuelle Wendy Mesley, qui a parlé de poisson qui avait parcouru 24 000 kilomètres. Je ne me souviens plus où ce poisson avait été pêché, mais il avait parcouru 24 000 kilomètres pour se rendre aux installations de High Liner en Nouvelle-Écosse, après un arrêt en Chine, où il a été transformé; ce poisson portait encore une fois la mention « Produit du Canada ».

Il y a quelques mois, j'ai parlé à des apiculteurs albertains qui tentent depuis des années de faire modifier la mention Canada numéro 1 du miel. Il s'agit d'une norme de catégorisation, mais encore une fois, cela donne au consommateur l'impression qu'il s'agit de miel canadien. Ils m'ont dit qu'au moins la moitié de ce miel vient aussi de Chine.

Ce qui est tout aussi important, selon nous, c'est que les consommateurs aimeraient vraiment être en mesure de faire un choix éclairé; nous savons aussi que les agriculteurs aimeraient pouvoir être concurrentiels, mais il est très difficile d'atteindre ces deux objectifs lorsque l'on permet aux importations de se faire passer pour des produits canadiens. Encore une fois, nous pensons qu'il est important de faire quelque chose à cet égard.

Nous avons déjà discuté avec les membres du comité des études sur les besoins des consommateurs que nous avons réalisées pour savoir si ceux-ci aimeraient acheter des produits canadiens. Vous vous souviendrez sans doute qu'entre 90 et 95 p. 100 des consommateurs interrogés ont indiqué que les produits canadiens devraient toujours être clairement identifiés sur les tablettes. Entre 90 et 95 p. 100 ont dit qu'ils aimeraient acheter des produits canadiens et qu'ils le feraient toujours si les produits canadiens avaient un prix concurrentiel; nous savons qu'un « prix concurrentiel » n'est pas toujours le prix le plus bas. Quarante-vingt pour cent ont dit appuyer une initiative comme « Aliment du Canada ». Cinquante pour cent ont indiqué qu'ils seraient prêts à payer un supplément pour des produits canadiens, et 73 p. 100 de ces 50 p. 100 ont indiqué qu'ils étaient prêts à payer un supplément plus important s'ils savaient qu'une partie de ce coût additionnel irait aux agriculteurs.

Il serait intéressant de voir quels seraient les résultats d'une telle étude à la suite des épisodes récents de *W-FIVE* et *Marketplace*.

Cela dit, nous sommes tout à fait d'accord pour que le ministre charge l'ACIA de revoir la définition de « Produit du Canada ». Nous pensons qu'il s'agit d'une excellente première étape. Dans le cadre de ce processus, nous aimerions que la distinction entre « Produit du Canada » et « Fait au Canada » soit précisée. Lorsque la définition sera modifiée, nous serions certainement d'accord pour que le niveau du contenu augmente par rapport aux 51 p. 100 actuels. Si cette norme est haussée, il pourrait également y avoir une autre mention, par exemple « Transformé au Canada » lorsqu'un produit est modifié de façon substantielle, conformément à nos normes très élevées de salubrité des aliments. Par contre, nous aimerions que la mention « Fait au Canada » soit réservée aux téléviseurs, aux gadgets, etc.

Bien entendu, nous pensons que les contenants ne devraient jamais être inclus dans la définition de la mention « Produit du Canada ». Regardons les choses en face: lorsque les consommateurs achètent des aliments, peu importe le contenant dans lequel ils sont emballés, ils ne vont pas manger le contenant. Selon nous, les consommateurs estiment que la mention « Produit du Canada » s'applique aux aliments dans le contenant.

Nous sommes tout à fait d'accord avec le mandat accordé par le ministre à l'ACIA, mais les membres de la FCA, y compris l'UPA,

les PLC et le Conseil canadien du porc, qui ont tous beaucoup travaillé sur cette initiative, pensent qu'il faudrait aller encore plus loin que les changements que pourrait apporter l'ACIA à la désignation « Produit du Canada ».

Nous aimerions voir une étiquette qui mentionne qu'il s'agit d'un contenu canadien à 100 p. 100, sans tenir compte de la réglementation — parce que nous savons que cela pourrait prendre du temps et que cela pourrait ne pas aller assez loin. C'est pour cette raison que les membres de la FCA ont décidé d'entreprendre une initiative appelée « Aliment du Canada ».

● (0930)

Nous savons que les consommateurs aimeraient pouvoir faire un choix éclairé. Nous savons que les agriculteurs aimeraient que les produits canadiens soient commercialisés sous une marque. Écoutez, nous mettons beaucoup de temps, d'énergie et d'argent à vanter les produits canadiens à l'échelle internationale. Pourquoi ne pas vanter les produits canadiens également au Canada? Nous savons qu'il est parfois difficile de faire concurrence aux importations qui n'ont pas été produites en respectant les mêmes normes de salubrité des aliments et dont les producteurs n'ont pas eu à déboursier les mêmes coûts liés à des normes environnementales et à des normes du travail plus élevées.

Nous proposons une stratégie à deux volets. Premièrement, il faut qu'il y ait une définition très claire de la mention « Aliment du Canada »&— nous proposons d'appeler cette étiquette « Aliment du Canada ». Il s'agirait d'un produit d'origine canadienne à 100 p. 100 s'il s'agit d'un produit unique comme de la viande ou des fruits. Par ailleurs, si le produit comporte différents ingrédients, l'ingrédient principal doit être d'origine canadienne à 100 p. 100.

Ensuite, bien entendu, une initiative comme « Aliment du Canada » concorderait aussi facilement avec les initiatives provinciales qui ont déjà été entreprises ou les initiatives locales, ou encore même les initiatives liées à un seul produit, comme par exemple l'étiquette avec une vache bleue créée par les Producteurs laitiers du Canada. Nous pensons que toutes ces initiatives peuvent se compléter pour veiller à ce que les consommateurs disposent de renseignements suffisants pour faire un choix éclairé.

Dans le même ordre d'idées, nous pensons qu'il est extrêmement important de lancer une campagne positive pour faire la publicité de l'étiquette « Aliment du Canada » et informer les consommateurs à ce sujet. Que signifie l'étiquette « Aliment du Canada »? On pourrait parler des bonnes nouvelles dans le secteur agricole au Canada, des normes environnementales et des normes liées à la salubrité des aliments plus élevées dont nous disposons et réellement faire la promotion d'un produit canadien.

Cette campagne de commercialisation pourrait également expliquer au consommateur le lien avec le fait d'acheter localement ou d'acheter des produits qui viennent du Manitoba ou y ont été transformés, par exemple, ou avec les autres initiatives provinciales qui existent. De cette façon, nous n'avons pas à prendre de temps à une campagne négative contre les importations venant d'autres pays. Il faut être positif et faire la promotion de nos produits canadiens de façon positive.

Les membres de la FCA ont déjà discuté de cette initiative avec d'autres organisations agricoles. Nous avons travaillé avec le secteur en aval. Les fabricants de produits alimentaires du Canada appuient cette initiative; les distributeurs en alimentation canadiens nous appuient également. Nous prévoyons qu'une organisation sans but lucratif administrerait une telle initiative. Oui, nous aurons besoin de financement pour mettre le tout en marche et pour lancer cette campagne de marketing jusqu'à ce que l'initiative soit autosuffisante.

Au nom de cette organisation théorique, la FCA a déjà présenté une demande de marque de commerce pour « Aliment du Canada ». Ici aussi, nous pensons que ce pourrait être d'excellentes nouvelles si nous présentons comme il faut l'initiative aux consommateurs; nous savons qu'ils souhaitent acheter des produits canadiens et qu'ils appuient beaucoup l'agriculture canadienne. Il faut réaliser une campagne de marketing positive et fournir des renseignements très clairs.

Pour conclure, permettez-moi de souligner qu'il ne faut pas confondre notre initiative avec l'étiquetage obligatoire du pays d'origine, comme le proposent les États-Unis. Nous sommes contre cette idée et, en fait, nous avons déjà dit au gouvernement qu'il devrait, si possible, déposer une contestation commerciale non tarifaire devant l'ALENA ou l'OMC, parce que nous pensons que l'étiquetage volontaire de nos propres produits canadiens est une façon beaucoup plus positive et préférable de procéder.

Merci, monsieur le président.

• (0935)

Le président: Merci.

Monsieur Laforge.

M. Jacques Laforge (président, Producteurs laitiers du Canada): Merci beaucoup, monsieur le président.

Bon nombre d'exemples mentionnés dans notre mémoire ont déjà été donnés, de sorte que je me concentrerai sur les quatre principaux points que contient notre mémoire. En passant, nous appuyons vigoureusement l'approche « Aliment du Canada » proposée par la FCA.

Au Canada, le système fonctionne d'une certaine façon, et nous pensons que c'est trompeur. Dans le domaine des produits laitiers, l'étiquetage remonte plutôt loin. Il ne s'agit pas seulement des produits du Canada. Dans le domaine de la production alimentaire, de nombreux joueurs utilisent des termes liés aux produits laitiers sur l'emballage de produits qui n'en contiennent pas. Nous avons des difficultés. Bon nombre de partis politiques nous ont exprimé leur appui sur la question de l'étiquetage. Pour nous, c'est un plus, comme lorsqu'on discute des produits du Canada, etc.

Notre conseil d'administration s'est donc réuni pour se pencher sur cette question et a déterminé quatre enjeux importants. Selon l'approche adoptée, il faut au moins élaborer des règlements liés à la mention « Produit du Canada » sur les produits alimentaires et être très clairs au sujet de ces règlements.

Il faut envisager d'établir des exigences plus strictes liées à l'étiquetage « Produit du Canada » que celles qui figurent actuellement dans les lignes directrices. Nous avons quelques exemples. Si c'est l'approche que vous choisissez d'adopter, au lieu de dire qu'il faut que le contenu canadien représente au moins 51 p. 100, il faudrait que ce pourcentage soit de 70 p. 100, et donc 70 p. 100 des coûts de production doivent être encourus au Canada. Il faut renforcer ces critères de sorte que si la majorité des produits contenus dans l'emballage proviennent du Canada, c'est sur cela qu'on se fie pour utiliser l'étiquette « Produit du Canada ».

Il faut aussi rendre la réglementation volontaire et diminuer les exigences liées au contenu canadien lorsqu'on utilise la mention « Transformé au Canada »; on pourrait également mentionner le pays d'origine et énumérer les ingrédients principaux. Si un produit a été transformé ici mais que la plupart des ingrédients proviennent de l'extérieur du Canada, on peut énumérer les ingrédients principaux sur l'emballage et dire que le produit a été transformé au Canada. C'est l'approche que nous préconisons.

Pour ce qui est de la mention « Fait du Canada », elle ne devrait s'appliquer qu'aux produits non alimentaires. La mention « Produit du Canada » s'applique aux aliments et « Fait du Canada » s'applique aux produits non alimentaires. Il faut être très clair et que ce soit facile à comprendre.

Je pense que si vous atteignez ces objectifs, ce sera plus facile à comprendre et on pourra définir plus clairement ce que signifie cette terminologie. Il faudra par la suite tenir une campagne publique auprès des consommateurs au sujet de l'approche adoptée afin qu'ils sachent clairement de quoi il s'agit.

De façon générale, c'est ce que mentionne notre mémoire. J'aimerais formuler quelques observations en guise de conclusion et lire quelques documents. Je le ferai en français.

[Français]

Il faut faire très attention à ce qu'on veut faire, parce que la terminologie varie d'un produit agricole à un autre; par exemple, « Produit du Canada » versus « Produit cultivé au Canada ». On produit du lait, mais on cultive des céréales. Il faudra adopter une terminologie francophone et anglophone qui veuille dire la même chose. D'après mon expérience en agriculture, il devient souvent complexe d'utiliser les mots « cultivé » et « produit ». Je ne veux pas être trop technique, mais si on développe des logos et autres choses du genre, il faudra que la version française et la version anglaise envoient le même message.

Merci beaucoup, monsieur le président.

• (0940)

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Lemieux.

M. Pierre Lemieux (premier vice-président, Union des producteurs agricoles): Monsieur le président, membres du comité, bonjour.

Notre présentation comportera deux parties. Je ferai la première, et Mme Savary qui m'accompagne vous parlera plus en profondeur de la partie technique.

L'Union des producteurs agricoles est très heureuse de la prise de position gouvernementale qui favorise une réglementation en ce qui concerne l'étiquetage et l'utilisation de la mention « Produit du Canada ».

Notre mémoire touchera principalement la désignation de l'origine, la réciprocité des normes, les catégories de classement et la certification des produits biologiques. Les producteurs, au Québec et au Canada, se sont donné des normes de qualité très sévères par lesquelles l'industrie ou les producteurs vont un peu plus loin que les réglementations provinciales ou canadiennes. De plus, des normes environnementales nous sont aussi imposées en ce qui concerne le respect des méthodes de culture.

Le commerce a évolué énormément, et nous faisons face à une réglementation qui date de plusieurs années et n'a donc pas été modifiée. Les producteurs agricoles ont perdu le contact avec les consommateurs. Historiquement, quand on retrouvait le mot « Canada », cela signifiait que les consommateurs canadiens étaient en contact avec les producteurs. Nous souhaitons que cette réglementation favorise ce rapprochement, que nous souhaitons, et que les producteurs puissent être de nouveau en contact avec les consommateurs grâce à l'utilisation du mot « Canada ».

Par la suite, les producteurs seront en mesure d'adopter des stratégies de communication, d'information et de valorisation de nos produits auprès des consommateurs qui vont faire en sorte, on l'espère, que nous serons appuyés par une réglementation adéquate afin d'avoir un secteur d'activité agricole qui sera prospère dans l'avenir.

Nous travaillons dans cette optique. Nous souhaitons qu'il y ait une réglementation et que nous participions à un mouvement accéléré pour obtenir des résultats assez rapidement afin d'être en mesure de relancer le secteur agricole.

Je demanderais maintenant à Alyne de poursuivre.

• (0945)

Mme Alyne Savary (directrice de la commercialisation, Union des producteurs agricoles): Merci.

Bonjour. Je ne vous apprendrai rien en vous disant que la production agricole est caractérisée par une crise du revenu. La dynamique est définie par des prix à la baisse, des exigences réglementaires supplémentaires et une forte concurrence des importations. Nos produits font face à l'agriculture mondiale, qui n'est pas toujours encadrée par les mêmes normes. Il en résulte donc une concurrence quelquefois déloyale. Cette problématique est amplifiée par la confusion sur les règles d'étiquetage — au sujet desquelles on se réunit aujourd'hui —, qui empêche les consommateurs de choisir en toute transparence des produits canadiens.

Pourtant, on peut lire, dans la loi canadienne qui encadre les règles sur l'origine des produits, que nul ne peut, de quelque manière que ce soit, induire le consommateur en erreur ou susciter une confusion par des indications ou des allégations fausses ou trompeuses quant à la nature, la valeur, l'origine, la composition, les avantages, la qualité ou la sûreté d'un produit. On pense que certains outils permettant de rétablir la situation peuvent être mis en oeuvre à moindre coût. On croit que le consommateur est en droit de faire des choix éclairés pour ce qui est de la provenance ou la qualité des produits qu'il achète.

En ce qui a trait à la réciprocité des normes, il est établi que la fiabilité du système canadien d'inspection et de contrôle des produits intérieurs est reconnue internationalement. Or, on ne peut pas en dire autant de l'ensemble des pays dont les produits se retrouvent sur nos tablettes. Le Canada s'est doté au cours des dernières années de normes environnementales, d'un programme de salubrité et de traçabilité. En outre, ses conditions de travail sont les plus exigeantes au monde. L'ensemble de ces mesures entraînent des investissements et des coûts supplémentaires pour les entreprises agricoles. Or, celles-ci peuvent rarement être rétribuées par le marché, et pour cause: on ne peut pas savoir exactement si le produit provient ou non du Canada. On ne peut pas distinguer de façon claire les produits du Canada. Il est primordial, à notre avis, que le gouvernement canadien se positionne et fasse en sorte que les exigences en regard des produits d'ici soient appliquées avec la même rigueur que dans le cas des produits importés.

En matière d'identification des produits, on fait preuve de beaucoup trop de souplesse, à notre avis. Comme on l'a dit plus tôt, la mention « Produit du Canada », fait référence à un bien dont 51 p. 100 des coûts de fabrication sont canadiens ou dont la dernière transformation a été faite au pays. C'est donc dire qu'un produit du Canada n'offre aucune garantie sur la provenance de la matière qui entre dans la fabrication, ce qui peut ainsi créer de la confusion chez le consommateur. En effet, même s'il est prêt à acheter un produit canadien, le consommateur ne peut pas, en se fondant sur l'étiquette, savoir s'il s'agit vraiment d'un produit du Canada.

On peut donner l'exemple du miel. Beaucoup de miel importé de l'Argentine est emballé par des emballeurs d'ici et peut porter la mention « Produit du Canada ».

Il ne s'agit pas ici d'interdire les produits de l'extérieur, mais de faire en sorte que le consommateur soit en mesure de faire des choix éclairés, de vrais choix.

Pour ce qui est des marques privées et des marques des grands distributeurs, c'est le même problème. Certains choisissent de s'approvisionner à l'étranger. Pour le consommateur, qui réclame plus de clarté quant à la désignation de la provenance des aliments, ça signifie néanmoins que celle-ci est inconnue. On croit que l'information doit demeurer simple, crédible, de façon à faciliter le choix des produits canadiens et, par le fait même, faire bénéficier les consommateurs et toute la filière agroalimentaire de retombées positives. On est conscient, par ailleurs, que l'appellation « Produit du Canada » est applicable aux aliments mais aussi à l'ensemble des secteurs d'activité. On considère que les denrées alimentaires devraient faire l'objet d'un traitement particulier puisque les consommateurs canadiens sont très préoccupés par les produits agroalimentaires.

En ce qui concerne les normes de classement, les labels « Canada A », « Canada de choix », « Canada n° 1 » et « Canada de fantaisie » ne viennent qu'ajouter à la confusion. Ça peut amener le consommateur à penser qu'il s'agit de produits canadiens, mais on sait très bien que ces normes ne font référence qu'au classement géré par l'ACIA et qu'elles n'ont aucune connotation quant à l'origine des produits. On pense que ça induit le consommateur en erreur.

J'aimerais dire un petit mot sur la certification biologique. Afin de répondre aux exigences européennes, le Canada a adopté à la fin de 2006, en vertu de la Loi sur les produits agricoles au Canada, le Règlement sur les produits biologiques. Ce dernier est sous la responsabilité de l'ACIA. C'est essentiel pour que nous puissions continuer à exporter nos produits vers l'Europe, entre autres. Fait un peu déconcertant, une table ronde sur l'agriculture biologique et le règlement s'est tenue la semaine dernière. Présentement, le règlement est à l'étude, mais prévoit encore qu'on appose le logo « Biologique Canada » sur des produits importés. Pourtant, les consommateurs et les producteurs demandent depuis longtemps que cette mention ne se trouve que sur les produits biologiques provenant du Canada.

• (0950)

Nous avons parlé plus tôt de l'idée de doter le Canada d'une image de marque. La Fédération canadienne de l'agriculture travaille au projet « Aliment du Canada ». Il va de soi qu'on y participe. Au Québec, on utilise le logo « Aliment du Québec » à des fins d'identification. On pense qu'il serait intéressant de s'en inspirer. Le gouvernement du Québec, qui vient de mettre en oeuvre une stratégie visant à valoriser les produits québécois, va utiliser le logo « Aliment du Québec » pour identifier les produits.

Je reprends les propositions de l'Union des producteurs agricoles: adopter des règles d'étiquetage éliminant toute ambiguïté quant à l'origine des produits, permettant ainsi aux consommateurs de faire des choix éclairés et, à cet égard, restreindre l'utilisation du terme « Canada », de sorte qu'il désigne seulement l'origine d'un produit; modifier la réglementation afin que l'identification « Produit du Canada » et ses dérivés tels que « fait au Canada » soient réservés uniquement aux produits agricoles élevés et cultivés au Canada ainsi qu'aux aliments élaborés à partir de ceux-ci; revoir la nomenclature utilisée dans les normes de classement quant à la qualité du produit (Canada n° 1, Canada de fantaisie) afin de rendre impossible la présence du mot « Canada » sur les produits importés; expliquer aux consommateurs les définitions de ces nouvelles catégories; exiger que les produits importés répondent aux mêmes normes de production et de transformation que celles du Canada; resserrer les normes à l'importation et doter l'ACIA d'outils efficaces et de pouvoirs accrus, de ressources nécessaires pour garantir la réciprocité; renforcer le système de certification des produits biologiques.

L'Union des producteurs agricoles est d'avis que de cette réflexion collective émergeront des orientations qui permettront aux consommateurs de faire des choix éclairés, et aux producteurs de maintenir un rapport de force équitable face aux produits étrangers. Des moyens réalistes correspondant aux attentes du commerce international sont à la portée des décideurs. À nous de choisir la bonne étiquette.

[Traduction]

Le président: Merci.

J'aimerais remercier tous les témoins de leur participation. Vous nous avez donné d'excellentes exposés.

Sur ce, je cède la parole à M. Steckle, qui commencera notre ronde de sept minutes.

M. Paul Steckle (Huron—Bruce, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je veux féliciter tous nos témoins de ce matin. Je pense que vous avez fait de très bons exposés. Vous nous avez donné matière à réflexion et je suis d'accord avec bon nombre de vos affirmations.

Ce qui suit a été mentionné, je pense, par M. Laforge qui a déjà comparu devant le comité il y a quelques années. Il avait parlé de publicité véridique. Je pense que c'est le cœur même de la question. Nous n'avons pas de publicité véridique, même au niveau dont nous avons discuté ce matin. Vous avez parlé plus particulièrement de la terminologie liée aux produits laitiers; c'est un problème auquel nous ne nous sommes pas encore attaqués, mais il faut le faire. Ce n'est qu'un domaine. Je suis tout à fait d'accord avec vous.

J'ai quelques observations brèves. J'ai retenu certains éléments de la discussion. D'après les discussions que nous avons tenues partout au Canada, la mention « Produit du Canada » ne devrait plus être utilisée. Il faut l'abandonner. La signification de « Produit du Canada » n'est pas claire.

Je réfléchis à cette question et j'en discute depuis longtemps; je pose aussi de nombreuses questions. Il faut que ce soit clair. Il faut que ce soit simple: « Aliment du Canada », pas « Cultivé au Canada ». On ne « cultive » pas les cerises, mais il s'agit d'un aliment. Le porc, le boeuf, l'avoine, l'orge et le blé, de même que tous les produits de base, sont des aliments. Les produits laitiers sont des aliments. On ne « cultive » pas de lait, il s'agit d'un aliment. Je suis un agriculteur, il se trouve, donc je connais ces termes.

Je pense qu'il est important que ce soit simple — « Aliment du Canada » — et par la suite, il faut faire la publicité et la promotion de ce concept pour que les Canadiens comprennent que lorsqu'ils voient l'étiquette « Aliment du Canada », il s'agit d'un produit canadien.

Peu importe s'il s'agit de rutabagas du Québec, de la Colombie-Britannique, de la Nouvelle-Écosse, ou de l'Ontario, ou encore de pommes de la Nouvelle-Écosse ou de veau du Québec; ça n'a pas d'importance. On peut mettre une autre étiquette, cela n'enlève absolument rien à la signification de la mention « Aliment du Canada ».

Nous savons que les Canadiens comprennent l'ACIA, l'ARLA et Santé Canada. Toutes ces organisations ont fait de l'excellent travail de promotion de la salubrité et de l'efficacité de la production alimentaire. Les Canadiens le comprennent, mais ils sont dupés parce qu'il est difficile de comprendre la publicité.

J'aimerais savoir si vous pensez que l'initiative « Aliment du Canada » devrait être poursuivie, si vous pensez que l'on puisse recommander d'autres modifications aux règlements afin de pouvoir aller de l'avant et en faire la promotion.

• (0955)

M. Jacques Laforge: Je ne sais pas exactement comment procéder. Si on décide de se débarrasser de la mention « Produit du Canada » et qu'on ne la mette plus sur les étiquettes...

M. Paul Steckle: J'ai parlé de cela parce que cette mention est trompeuse. On ne peut pas avoir deux ou trois désignations. Si on indique « Produit du Canada », alors il ne s'agit pas d'un « Aliment du Canada ». On n'est pas absolument certain que le produit a été cultivé au Canada.

Lorsque nous achetons un produit qui porte la mention « Aliment du Canada », nous savons que ce produit vient du Canada et qu'il a également peut-être été transformé ici, mais qu'il vient du Canada.

M. Jacques Laforge: Notre mémoire mentionne que nous pourrions continuer d'utiliser la mention « Produit du Canada », mais qu'il faudrait établir des règlements très clairs. Si c'est trop compliqué, alors on peut utiliser la mention « Transformé au Canada ».

Ce qui me préoccupe, c'est que si nous choisissons la mention « Aliment du Canada », je préférerais qu'on n'utilise plus « Produit du Canada ». Si les deux mentions sont utilisées en même temps, on risque de créer davantage de confusion. J'ai entendu ce que l'UPA a dit récemment au sujet de « Canada de fantaisie ». C'est du mot « Canada » dont on veut profiter, j'imagine, et c'est ce problème qu'il faut régler.

Le débat sur la méthode à adopter n'est pas clos. Je pense que c'est pour cette raison que nous sommes ici.

M. Bob Friesen: C'est intéressant. Les membres de l'ACIA ont décidé de conserver la mention « Produit du Canada » et d'ajouter une étape en créant une étiquette « Aliment du Canada » parce que nous pensions que le secteur en aval en était venu à se fier à l'étiquette « Produit du Canada ».

Étant donné que le ministre a chargé l'ACIA de revoir la définition de la mention « Produit du Canada », nous appuyons le processus, mais pour avoir l'appui des fabricants de produits alimentaires du Canada, nous voulions veiller à ne pas toucher à ce qu'ils en étaient venus à considérer comme nécessaire; toutefois, on peut créer une nouvelle désignation et lancer une campagne de commercialisation agressive.

Mais vous avez raison; pour éliminer le risque de confusion, cette campagne de commercialisation doit indiquer clairement l'usage réservé à chaque mention.

M. Paul Steckle: J'aimerais entendre ce que les autres témoins ont à dire, en particulier ceux du Québec et M. Robertson, sur la façon dont le consensus portant sur « Aliment du Canada » a été établi. Je n'avais pas fait le lien avec la recommandation de M. Robertson. Je ne m'étais pas rendu compte que vous en aviez parlé. Il se trouve qu'il vient de ma circonscription et qu'il est un bon ami à moi, mais entre grands amis il y a parfois communauté de pensée.

Le président: M. Robertson ou M. Lemieux, avez-vous un commentaire?

M. Grant Robertson: Je pense que vous êtes sur la bonne voie, monsieur Steckle.

Le problème avec la mention « Produit du Canada », fait qu'elle est maintenant si discréditée qu'il est difficile pour bon nombre de consommateurs, même en faisant beaucoup de promotion de bien comprendre ce fait. Les gens sont devenus sceptiques lorsqu'ils voient ce terme.

Les exigences en matière d'étiquetage changent assez fréquemment. Nous en ajoutons et en retirons pour ce qui est de l'étiquetage nutritionnel des aliments. Il faudrait bien entendu qu'il y ait un certain type de processus d'introduction. Mais si nous conservons la mention « Produit du Canada », nous devons déployer beaucoup d'efforts pour faire taire le cynisme. La meilleure façon de régler le problème serait sans doute d'adopter une nouvelle approche.

• (1000)

Le président: Allez-y monsieur Lemieux.

[Français]

M. Pierre Lemieux: Notre position est sensiblement la même que celle de la FCA. Pour ce qui est de l'utilisation du mot « Canada » et de ce qui est cultivé ou produit, on veut en fin de compte que la matière première soit produite au Canada ou qu'elle en provienne. S'il y a une valeur ajoutée au niveau de la transformation, on n'a pas d'objection à ce que cette terminologie soit utilisée. Dans ce cadre, il faut trouver les bons mots, la bonne traduction, de façon à ce que les gens s'y retrouvent.

Pour nous, l'objectif est que le mot « Canada » soit valorisé, de façon à ce que les secteurs de la production et de la transformation au Canada soient dynamisés et qu'il y ait un rapprochement entre les consommateurs et les producteurs. Ça va permettre éventuellement aux producteurs de se donner des stratégies pour atteindre les consommateurs. Dans cette perspective, il faut adopter une réglementation qui protège cette activité.

[Traduction]

Le président: Monsieur Monty, M. Steckle n'a plus de temps, de sorte que je vous demanderais de répondre brièvement.

[Français]

M. Robert Monty: Selon moi, le problème est qu'aujourd'hui, on appose une étiquette sur un produit fini. Or, on parle de consommation, de consommateurs, de produits alimentaires. Le produit de consommation présenté sur les tablettes doit être réglementé. Si le produit consommé — et je ne parle pas du contenant — est étiqueté « Produit du Canada », il faut obligatoirement qu'il soit produit au Canada. C'est ce qu'il faut retenir. Selon les critères actuels, même si l'emballage coûte quatre fois plus cher que le produit consommé et que la mention « Produit du Canada » est apposée, le consommateur ne consomme pas un

produit du Canada. On exige des normes de qualité élevée, il faut les respecter.

[Traduction]

Le président: Merci.

M. Bellavance est le suivant.

[Français]

M. André Bellavance (Richmond—Arthabaska, BQ): Mesdames et messieurs, je vous remercie de vos témoignages. C'est agréable parce qu'on s'en va tous dans la même direction, ce qui n'est pas toujours le cas en comité. On va peut-être s'obstiner au sujet des pourcentages, des termes français et anglais et d'autres technicalités. Il faudra évidemment arriver à se brancher, mais une chose est certaine, la volonté est là. Précédemment, j'ai peut-être fait preuve d'un peu d'optimisme, car j'imagine que des transformateurs y verront un problème. Ils soutiendront que leur produit est un produit du Canada et qu'avec la règle du 51 p. 100, il doit être reconnu comme tel. Il y a peut-être des gens qui vont s'opposer à ce qu'on veuille faire ici, mais on est certainement sur la bonne voie.

Je voulais aussi dire que même si je n'ai pas en mains un sondage scientifique comme celui de la FCA, concernant l'engouement des consommateurs pour les produits d'ici, je peux tout de même témoigner brièvement avant de vous poser des questions. La fin de semaine dernière, dans ma circonscription, il y avait une dégustation de produits locaux et régionaux. Cinq cents personnes y ont participé, dans une municipalité de 6 000 habitants. Même la bière et l'eau de source provenaient de chez nous. Je mentionne cela pour vous dire à quel point on a des ressources fort intéressantes dans le domaine alimentaire.

M. Larry Miller: [Note de la rédaction: inaudible].

M. André Bellavance: Oui, Larry, je te donnerai de la bière. Je t'en apporterai.

Des voix: Ah, ah!

M. André Bellavance: Il y a cet engouement qui ne trompe pas. Les gens veulent manger des produits de qualité. Quand ces produits proviennent de chez eux, ils sont encore plus intéressés à le faire.

Monsieur Lemieux, j'aimerais entendre vos commentaires. Récemment, j'ai lu un éditorial du président de l'UPA à ce sujet et au sujet de l'innocuité des aliments. Contrairement à d'autres, je fais un lien entre l'innocuité, la salubrité, la sécurité de nos aliments et l'étiquetage. Quand on se sert d'un étiquetage véridique qui indique qu'il s'agit d'un produit du Canada fabriqué selon les normes d'ici — j'ai employé les termes « produit du Canada » plutôt que « aliment du Canada » —, un vrai produit du Canada et non pas un produit soumis aux normes actuelles. On est assurés que le produit est de qualité. Les gens se sentent en sécurité quand ils savent que le produit qu'ils vont manger — je ne parle pas du couvercle et du pot — est vraiment fabriqué ici. Ce n'est pas le cas des produits qui proviennent de l'extérieur.

Je sens un laxisme du côté de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Je ne lui jette pas la pierre et je ne dis pas qu'elle ne fait pas son boulot. Heureusement, des rappels sont faits mais justement, il y a peut-être trop de rappels. Il y a peut-être trop d'aliments qui franchissent la frontière. Par la suite, on se rend compte que quelqu'un a été malade et on enlève le produit des tablettes. À mon avis, il y a un manque du côté de l'inspection, non seulement à nos frontières mais sur le terrain même dans les pays où on produit des choses avec des pesticides ou des insecticides interdits ici.

Je voudrais savoir si vous faites le même lien que moi, à savoir que le jour où le consommateur saura que l'étiquette est vraiment conforme à des réglementations d'ici, il sera davantage rassuré quant à la sécurité alimentaire.

•(1005)

M. Pierre Lemieux: Nous faisons la même constatation que vous en ce qui concerne l'innocuité et la salubrité des produits. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle, dans notre présentation, nous sommes même allés jusqu'à exiger des normes de réciprocité.

Les normes de réciprocité couvrent tout ce qui concerne la qualité et l'utilisation de certains produits, herbicides ou autres, qui peuvent être utilisés ailleurs. Au Québec, bien souvent, ils ne sont pas même permis ou homologués. On laisse entrer des aliments qui sont produits ailleurs avec ces mêmes ingrédients. C'est pour cela que nous avons franchi une étape additionnelle en ce qui a trait à l'étiquetage. On va plus loin pour protéger le consommateur, en demandant la réciprocité.

M. André Bellavance: Je voulais aussi vous parler de la façon d'étiqueter. Pensez-vous qu'il puisse y avoir un jour une réglementation qui fasse en sorte qu'il y ait un produit du Canada reconnaissable? L'étiquette mentionnerait que le produit ou l'aliment vient d'ici. À côté, il pourrait y avoir un autre produit dont l'étiquette indique qu'il peut être vendu ici, mais qu'il vient d'ailleurs. Il aurait peut-être été transformé ici, peu importe le pourcentage de ceci ou de cela ou ce qui s'est produit durant la transformation, mais on saurait qu'il a été transformé au Canada. Enfin, un autre produit qui vient carrément d'ailleurs, les petits pois de la Chine par exemple, serait présenté comme un produit importé.

Pensez-vous qu'on pourrait éventuellement avoir une réglementation qui ferait en sorte que lorsque le consommateur choisit, c'est visuellement clair et il sait ce qu'il achète?

M. Pierre Lemieux: Je pense que c'est non seulement possible mais aussi réalisable. Je m'attendais à ce que la réglementation qui va éventuellement paraître le permette.

Quand je parle de rapprochement avec les consommateurs et d'avoir les moyens, c'est exactement sur cette base. Il doit y avoir une étiquette claire, qui nous permet d'identifier les produits canadiens de façon précise. Par la suite, on établira des liens entre le consommateur et le producteur par toutes sortes de moyens, que ce soit par un sceau, un logo avec la mention « Produit du Canada » ou une autre activité promotionnelle quelconque.

Éventuellement, on se dotera de stratégies communes entre consommateurs et producteurs afin de répondre à la demande en fonction des produits canadiens. J'espère que la nouvelle réglementation qui sera rendue publique à la suite du travail du comité et des instances réglementaires gouvernementales va nous permettre d'atteindre ces objectifs.

[Traduction]

Le président: Monsieur Bellavance, M. Friesen veut répondre à cette question également.

M. Bob Friesen: Oui, c'est exactement ce que nous imaginons. Selon la quantité de changements apportés à la définition de « Produit du Canada », il se peut que nous ne nous rendions pas là où l'industrie souhaiterait être pour fournir des renseignements clairs aux consommateurs. Il faudrait donc que la définition de « Produit du Canada », soit aussi minimaliste que possible.

Le secteur de la transformation est favorable à l'idée d'aller encore plus loin, mais il se fie maintenant à la mention « Produit du Canada ».

Pour ce qui est d'une mention « Transformé au Canada », la transformation contribue à l'économie canadienne, de sorte qu'on pourrait en créer une. Mais il faut également que l'étiquette « Aliment du Canada », soit très claire et que les consommateurs la connaissent, grâce à une campagne de commercialisation positive. Cela favoriserait l'appui de cette initiative et la rendrait presque obligatoire dans tout le marché, tout comme les programmes de salubrité des aliments à la ferme le sont. Ainsi, si un consommateur entre dans un magasin et qu'il ne voit pas de produits canadiens clairement identifiés, il peut demander au gérant « Pourquoi n'identifiez-vous pas clairement les produits canadiens? Lorsque je vais dans un autre magasin, ils sont clairement identifiés. » Ainsi, on obtient une réelle lame de fonds d'appui à l'identification des produits canadiens au Canada.

•(1010)

[Français]

M. André Bellavance: Monsieur Friesen, j'éprouve une crainte relative à la définition du produit. Si on permet aux commerçants de continuer à utiliser l'expression « Produit du Canada » comme c'est le cas actuellement et qu'on ajoute une autre étiquette sur laquelle on pourra lire les mots « Aliment du Canada », j'ai peur que le consommateur éprouve encore de la confusion.

Pour moi, il s'agit de changer la réglementation pour faire en sorte qu'un produit du Canada soit un produit du Canada. Si cela demeure vague, comme c'est le cas présentement, on va peut-être essayer de plaire à tout le monde, mais je crains que le consommateur éprouve encore de la confusion. En bout de ligne, il est important pour les producteurs agricoles, sur le plan économique, que l'on sache que le produit que l'on achète provient d'eux.

[Traduction]

Le président: À titre d'information, monsieur Friesen, M. Bellavance n'a plus de temps, et j'aimerais que vous répondiez brièvement.

M. Bob Friesen: Si le fait d'apporter des changements à la réglementation permet d'établir une définition très claire et pure de ce qui est produit au Canada, et si le contenant n'était pas inclus, il vaudrait sans doute la peine d'y jeter un coup d'oeil.

Le président: Je crois comprendre que M. Lauzon et M. Miller vont se partager les sept minutes.

[Français]

M. Guy Lauzon (Stormont—Dundas—South Glengarry, PCC): Merci, monsieur le président. Je vais partager mon temps avec M. Miller.

J'aimerais remercier les témoins d'être venus ce matin. Comme M. Bellavance, je suis heureux de voir que nous sommes tous à la même page.

[Traduction]

Jusqu'à maintenant la séance a été très intéressante, et je vous remercie de vos exposés.

Lorsque l'on fait face à un problème, je pense qu'il est important de commencer par examiner les faits, et j'aimerais dire deux ou trois choses. Premièrement, notre approvisionnement alimentaire devient de plus en plus mondial. Auparavant, il y a une centaine d'années, l'approvisionnement alimentaire ne provenait que du Canada. Aujourd'hui, nous avons un marché mondial, et les consommateurs veulent savoir clairement ce qu'il y a dans la boîte ou l'emballage et d'où ça vient.

Deuxièmement, la nouvelle chaîne d'approvisionnement mondiale a changé fondamentalement la façon dont les aliments sont transformés, livrés, etc. Vous avez parlé de poissons dont l'origine était inconnue, qui ont été transformés en Chine et ont abouti au Canada. Je pense que tous sont plus ou moins d'accord avec ces deux affirmations.

L'autre élément que j'ai retenu de la plupart de vos témoignages, c'est que si les Canadiens en ont la chance, ils choisiront majoritairement d'appuyer l'agriculture canadienne. Je vois des hochements de tête. Il s'agit d'une impression générale. Ce qui ressort, également, c'est qu'il s'agit d'un problème qui dure depuis plusieurs années. Nous savons qu'il ne s'agit pas d'un phénomène récent. Nous en sommes témoins depuis dix ou 15 ans. Pour une raison ou pour une autre, on semble voir peindre un certain optimiste. M. Robertson, M. Friesen et M. Laforge ont dit se réjouir de voir que les choses bougeaient. Dans ce cas également, on a raison d'être optimiste.

On ne peut pas revenir en arrière. On n'arrive pas à comprendre pourquoi l'ancien gouvernement a choisi de ne pas réagir lorsque ce phénomène est survenu à l'origine. Nous en sommes manifestement au point où il faut faire quelque chose.

Parmi les éléments encourageants, même pour ceux d'entre-vous qui êtes des producteurs, mentionnons l'annonce faite par le Premier ministre en décembre au sujet du plan d'action pour la sécurité des produits alimentaires et de consommation au Canada. Cent treize millions de dollars y ont été affectés. Le montant n'y ait pas entièrement dédié, mais une bonne partie vise à régler le problème. Ainsi, nous faisons des progrès.

Ce qui devrait également nous rassurer, c'est le fait que notre ministre écoute. Bon nombre d'entre-vous avez dit que le ministre semblait écouter et que vous pouviez compter sur son oreille. C'est ainsi que le ministre fonctionne. Il s'efforce de déterminer ce qu'est le problème, découvre —

Le président: M. St-Amand, qui invoque le Règlement.

M. Lloyd St. Amand (Brant, Lib.): J'invoque le Règlement, monsieur le président, parce que je pensais vous avoir entendu dire qu'il s'agissait d'une période de questions et réponses. Je présume que mon honorable collègue d'en face va finir par poser sa question, mais s'il partage son temps de parole avec M. Miller, il approche terriblement de la fin de son temps.

M. Guy Lauzon: Je surveille le temps de près, monsieur St. Amand.

Le président: Il ne s'agit pas d'un rappel au Règlement. Les députés peuvent utiliser leur temps comme bon leur semble.

• (1015)

M. Guy Lauzon: En fait... Ce que j'essaie de vous dire c'est que nous allons enfin remédier à ce problème. Nous avons les fonds nécessaires. Nous avons un ministre qui est prêt à nous écouter. Nous allons aller de l'avant et régler ce problème. Le premier ministre s'y est engagé. Le ministre aussi.

J'aimerais maintenant vous poser une question. Avez-vous l'impression que l'inaction des dix dernières années a coûté de l'argent à votre secteur? Ceux qui le souhaitent peuvent répondre à cette question.

Veillez me garder deux minutes, s'il vous plaît, monsieur le président.

Le président: Il vous reste trois minutes.

M. Guy Lauzon: D'accord. Allez-y, monsieur Laforge.

M. Jacques Laforge: L'évolution a été graduelle. Je comparerais cela à un champ agricole dans lequel poussent de mauvaises herbes. Imaginez que vous ne pouvez pas trouver d'herbicide pour vous en débarrasser et que la situation ne fait qu'empirer. Nous en sommes à un point maintenant où le consommateur est désormais bien au courant de ce qui se passe, grâce à tous les programmes qui existent.

Je songe notamment au problème relatif aux termes laitiers. Le député Paul Steckle a fait beaucoup de travail auparavant pour nous aider à cet effet. Les choses se compliquent lorsqu'on tente de rallier l'appui de l'industrie de la transformation. Je me souviens que les transformateurs ont milité à bon nombre de reprises sur la Colline afin de tenter de mêler la terminologie laitière. J'espère que cette situation ne se reproduira pas. Malgré toutes les bonnes intentions que l'on peut avoir, lorsqu'on tente de créer des règlements pour renforcer quelque chose, il faut avoir l'appui de tout le monde. Nous tentons de le faire pour aider la collectivité agricole afin que ce qui pousse au Canada soit clairement identifié comme venant d'un agriculteur canadien. C'est là notre objectif.

L'évolution a été graduelle. On a tenté de s'y attaquer auparavant, mais ça semble être maintenant un problème auquel sont confrontées toutes les collectivités agricoles.

Le président: Monsieur Miller, vous avez deux minutes.

M. Larry Miller (Bruce—Grey—Owen Sound, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

J'aimerais remercier tous les témoins d'être venus. Cela fait longtemps que l'on parle de ce problème. Comme quelqu'un l'a déjà fait remarquer, c'est fantastique de voir que nous sommes tous à peu près sur la même longueur d'onde.

À l'heure actuelle, un de mes projets de loi d'initiative parlementaire est débattu à un autre comité. Je devrais donc malheureusement vous quitter après vous avoir posé une question. J'en suis désolé.

Je suis pour la création d'un étiquetage véridique, si on veut l'appeler ainsi. Mais, comme l'ont mentionné M. Robertson, M. Friesen et d'autres, les lois actuelles qui régissent les produits portant la mention « Produit du Canada » sont en train de leurrer les consommateurs. J'appuie pleinement l'exactitude de l'étiquetage. Cela fait très longtemps que cela m'interpelle, depuis que j'ai commencé à travailler avec des groupes d'agriculteurs locaux, dont les éleveurs de bovins de Bruce Country. Nous nous retrouvons maintenant presque 30 ans plus tard, et nous sommes encore en train de livrer la même bataille.

Nous avons demandé au ministre... Lorsque je dis « nous », je parle de nous tous. Je pense qu'il nous incombe à tous de continuer à militer pour ça. Le ministre a convenu d'examiner le dossier. Je pense que c'est une bonne chose. Nous devons nous assurer que ce sera fait.

J'aimerais vous souligner d'emblée que je ne me soucie pas de la terminologie exacte de l'étiquetage. Il pourra s'appeler « Produit du Canada » ou autre chose. Ce qui m'importe, c'est que cela soit clair et concis. Il ne faut pas que l'étiquette leurre le consommateur, et ça ne devrait pas inclure l'emballage.

J'aimerais vous poser deux questions, monsieur Friesen. J'aimerais vous remercier des observations que vous avez faites à propos de mon article. Ma première question porte sur l'étiquetage « Cultivé au Canada ». Votre organisation — et j'aimerais vraiment que vous me répondiez à ce sujet — a dit que vous vouliez breveter cette expression. Si c'est vrai, est-ce que vous voulez la vendre aux producteurs? Pouvez-vous m'en parler davantage?

Ce sont des bruits qui courent dans le public et j'aimerais tout simplement avoir un éclaircissement à ce sujet, si vous voulez bien.

Le président: Monsieur Friesen.

M. Bob Friesen: Oui, nous avons fait une demande de marque de commerce pour l'expression « Cultivé au Canada ». Nous ne croyons pas que cela sera géré par la FCA. Ce serait plutôt une organisation à but non lucratif qui s'en occuperait, avec d'autres organisations intéressées, y compris celles qui se trouvent en aval. Il ne s'agirait pas tellement de la vendre aux agriculteurs. Jusqu'à ce que l'initiative soit bien en place, nous devrions dépendre d'un financement gouvernemental pour pouvoir lancer une campagne de commercialisation réussie. Nous aimerions que, au bout du compte, l'organisation soit autosuffisante. Il faudrait que la personne qui a étiqueté le produit paie un redevance minime, et cela permettrait que l'initiative reste autosuffisante.

Nous ne voulons pas que ce soit une initiative dans laquelle la FCA tente de s'enrichir grâce à la demande de marque de commerce. Il s'agirait plutôt d'un effort concerté de l'industrie, y compris les organisations en aval. L'initiative ne serait pas liée à une seule organisation.

• (1020)

Le président: Votre temps est écoulé.

Nous allons céder la parole à M. Atamanenko.

M. Alex Atamanenko (Colombie-Britannique-Southern Interior, NPD): Merci beaucoup.

Merci à tous d'être venus.

J'aimerais d'abord parler de la sécurité et de la souveraineté alimentaire.

Comme nous l'avons vu un peu partout au Canada, ce mouvement est en train de prendre de l'ampleur. L'UPA soutient cette initiative au Québec. Lors de la réunion à Russell, nous avons rencontré les représentants du Québec ainsi que le président de la Fédération agricole de l'Ontario, qui ont souligné l'importance de ces concepts. Nous l'avons également vu lors du congrès du Syndicat national des cultivateurs. Dans ma circonscription, en Colombie-Britannique, il y a bon nombre des personnes qui obtiennent des chartes alimentaires et qui vont même jusqu'à cultiver du blé afin qu'on puisse avoir accès à un blé local.

Notre comité a fait un rapport à l'issue de notre voyage pancanadien. Larry y a incorporé une recommandation qui mettait l'accent sur la sécurité alimentaire au Canada.

Est-ce que le fait de réexaminer l'étiquetage produit du Canada, et de tenter de garantir qu'il traduise vraiment son objet, pourrait constituer une première étape nécessaire alors qu'on se penche sur toute la question de sécurité et de souveraineté alimentaires?

J'aimerais parler de l'expression « volontaire » et « obligatoire ». Je me demande ce que vous en pensez. Est-ce que l'on devrait observer certains critères pour rendre l'étiquetage obligatoire? Faudrait-il en avoir d'autres qui soient volontaires?

Je pense, par exemple, à la viande. Nous savons que les producteurs bovins et porcins ne sont pas satisfaits des règlements COOL des États-Unis, qui portent sur l'étiquetage du pays d'origine. Si nous utilisons les mêmes règlements ici, quelle incidence est-ce que cela aura sur l'industrie, alors que la viande traverse et retraverse la frontière? Ces règlements devraient-ils être distincts de ceux régissant les fruits et légumes, et les céréales et oléagineux? Voilà ma question.

Ce sera ma dernière.

[Français]

s'adresse à vous, monsieur Monty.

En ce qui a trait aux règles du jeu qui ne favorisent pas les producteurs canadiens, pourriez-vous nous donner des détails et quelques exemples concrets?

[Traduction]

Nous pourrions donc commencer ici. Nous n'avons pas encore entendu Nigel, qui est un jeune agriculteur. Avez-vous des observations à nous faire à cet effet? Jusqu'à présent, vous étiez en train d'absorber tout ce qui se passe. Après vos commentaires, nous pourrions céder la parole aux autres.

M. Nigel Smith (président des jeunes, Union National des Fermiers): Merci.

En ce qui concerne la sécurité et la souveraineté alimentaires, je pense que l'étiquetage pourra véritablement encourager la mise en oeuvre d'un approvisionnement alimentaire plus sécuritaire et durable au Canada. Nous n'exigeons pas des règlements contraignants. Nous voulons tout simplement que les consommateurs soient au courant. Nous voulons une pleine divulgation de l'origine des aliments. Cela préoccupe les consommateurs canadiens. S'ils sont informés, alors nous aurons créé un approvisionnement alimentaire national plus sécuritaire.

Excusez-moi, mais quelle était votre deuxième question?

M. Alex Atamanenko: Est-ce que ça devrait être obligatoire ou volontaire? Il y avait également une question concernant la viande et les règlements sur la viande.

M. Nigel Smith: Je pense que l'Union nationale des fermiers prône un étiquetage obligatoire. Nous tentons de clarifier une situation qui est quelque peu nébuleuse en ce moment. Ajouter des étiquettes et des critères pour définir ces produits ne permettra pas de clarifier les choses. C'est pour cela que nous aimerions que les étiquettes comprennent une pleine divulgation.

M. Grant Robertson: J'aimerais revenir à ce que M. Smith a mentionné. Les membres de l'UNF ont songé à cette option. En fait, nous devons nous conformer à deux options. D'un côté, si un produit arrive au Canada et est vendu sur les étagères, il doit être conforme, entre autres, à nos normes de travail, environnementales, et de sécurité alimentaire.

Si vous voulez que l'étiquetage soit facultatif, il va falloir trouver d'autres moyens d'appliquer les règlements. L'étiquetage obligatoire est le seul autre moyen qui permettra de garantir que les producteurs canadiens se trouvent sur un terrain d'égalité par rapport aux produits qui viennent d'un autre pays, qui ne respectent pas nos normes, mais qui sont vendus dans nos magasins et font concurrence à nos propres produits. Il faut absolument prôner une de ces deux options. Nous estimons que la solution la plus simple est celle de l'étiquetage obligatoire.

• (1025)

[Français]

M. Alex Atamanenko: Monsieur Monty, quelle est votre réponse?

M. Robert Monty: Il me fait plaisir de répondre à votre question sur les règles du jeu. On parle de produits bien étiquetés. En ce qui a trait aux conditions de production ici, comme je l'ai indiqué dans mon allocution un peu plus tôt, il faut laver plus blanc que blanc. En d'autres mots, les normes environnementales pour la production au Canada sont devenues très strictes, très sévères.

Dans le domaine de la production porcine au Canada, on a retiré des produits d'alimentation qui contenaient des résidus, alors qu'on sait que de tels produits existent ailleurs. Comme ma consœur l'a indiqué un peu plus tôt, on a établi des normes depuis 10 ans. Les normes de qualité et de production à la grandeur du Canada sont telles que l'on sait que nos produits porcins sont les meilleurs au monde, et sur le plan sécurité alimentaire aussi. En fait, nous ne sommes pas des concurrents de nos voisins d'à côté ou de n'importe où ailleurs. C'est ce qui se démarque le plus. On exige des méthodes et des critères de production pour les producteurs d'ici afin d'assurer à notre population, à nos consommateurs, une qualité de produits. Toutefois, on se fait souvent couper l'herbe sous le pied par des produits provenant de l'extérieur qui ne sont pas soumis aux mêmes critères. On a de la difficulté à faire reconnaître ce fait; le gouvernement et les gens qui nous appuient ont de la difficulté.

Je reviens à l'étiquetage. Il faut bien comprendre que si on laisse les entreprises libres de faire ce qu'elles veulent, elles n'en auront que faire parce qu'elles profitent du fait que l'étiquetage n'est pas obligatoire. Les présentes règles du jeu en matière d'étiquetage profitent aux industries de l'alimentation, mais pas aux producteurs.

On parle d'alimentation. On a mis des règles en place et il faut les revoir. Nous sommes tous de bonne foi, nous voulons nous respecter et démontrer à la population que nous sommes des gens qui voulons aller loin et que nous voulons protéger la qualité de notre alimentation. En même temps, on permet un étiquetage qui n'a pas de force et qui fait en sorte qu'on leurre la population puisque les produits ne respectent pas nos normes et critères de production. Ça ne fonctionne pas. Il faut faire bien attention, comme je l'ai dit plus tôt. L'étiquetage doit correspondre au produit qui sera consommé par le consommateur et non pas au contenant. C'est fondamental, pour moi. Il faut apposer un étiquetage adéquat et il faudra une réglementation pour y arriver. Si vous laissez le champ libre aux entreprises, sachez qu'elles en profitent aujourd'hui et qu'elles veulent que cela continue. Elles sont là pour faire des sous.

Merci.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Doyle, veuillez être bref dans votre réponse. Notre temps est écoulé et nous devons passer au tour de table de cinq minutes.

M. Richard Doyle (directeur général, Producteurs laitiers du Canada): Merci beaucoup, monsieur le président. Je serai bref. J'aimerais aborder deux points.

D'abord, il faut comprendre qu'il s'agit d'identifier le Canada. La commercialisation est assortie d'une valeur. J'ai trouvé intéressantes les remarques de M. Atamanenko sur la relation avec la souveraineté alimentaire, car cette relation existe.

J'aimerais vous lire une phrase qui provient d'un sondage que nous avons fait sur l'importance que revêt l'expression « Canada » ou « Canadien » pour les consommateurs canadiens lorsqu'ils décident d'acheter un produit laitier. Nous avons fait cette étude lorsque nous songions au logo que nous voulions avoir pour identifier les produits laitiers canadiens. C'est une vache bleue. Bon nombre d'entre vous la connaissent déjà.

Voici le plus grand incitatif qui motive les consommateurs:

La motivation première demeure une croyance insulaire dans les normes alimentaires du gouvernement du Canada par rapport aux autres pays, plutôt qu'une motivation fondée sur des caractéristiques précises associées aux produits.

Voilà la force de mots « Canada » ou « Canadien ». C'est pour ça que les consommateurs l'achète.

Quant à la question de l'étiquetage facultatif par rapport à obligatoire, nous nous opposons tous à l'étiquetage du pays d'origine des États-Unis. Ne répétons pas leur erreur. Cela a créé beaucoup de complication. Nous avons du mal en ce moment car le système facultatif existe, mais il n'est pas réglementé. Il est assujéti à des lignes directrices. Ce qu'il faut faire c'est que, lorsque quelqu'un veut utiliser l'expression « Produit du Canada », cela devrait être assujéti à des conditions réglementées, qui devraient être bien plus contraignantes qu'elles ne le sont en ce moment.

• (1030)

Le président: Pour la gouverne de tous nos témoins, nous allons maintenant passer à des tours de table de cinq minutes. Je vais devoir demander aux députés de s'en tenir à leur temps de parole, car j'ai cinq députés sur ma liste et il nous reste moins de 30 minutes. Soyez donc concis et directs, pour que tous aient l'occasion de poser leurs questions.

Monsieur Boshcoff.

M. Ken Boshcoff (Thunder Bay—Rainy River, Lib.): Merci, monsieur le président.

J'aimerais vous parler d'une situation concrète. Au cours des prochaines semaines, nous allons rencontrer Mark Loney, un épicier et entrepreneur, qui va venir nous parler et des frustrations auxquelles qu'il a dû faire face pour faire identifier et étiqueter un produit au Canada. Le problème est le suivant: cela fait déjà plus de 50 ans que le produit est vendu sous un autre nom. L'année dernière, il a été approuvé par le gouvernement des États-Unis et peut y être vendu.

La question est fort intéressante. Nous parlons d'une « cultivation à 100 p. 100 ». Son produit est cultivé à 100 p. 100 en Saskatchewan. Le produit est assemblé ici et nous pouvons en vendre beaucoup au Canada et à l'étranger. Le problème c'est que — et j'aimerais savoir si vos membres ont fait face à des frustrations similaires avec l'ACIA — cela a pris 46 jours pour changer un « T majuscule » en un « t minuscule ».

À l'heure actuelle, au Canada — il serait difficile de ne pas partager la frustration de M. Loney — les grands fabricants de confitures ne respectent pas les règles parce qu'il y a une erreur sur leur produit. Mais c'est le produit de M. Loney qui a été retenu. Il fait remarquer très clairement que les produits en provenance de la Chine n'ont pas besoin d'être homologués. Ils n'ont pas besoin d'avoir un étiquetage en français ou des directives concernant la valeur nutritive. À mon avis, c'est une honte nationale.

Alors j'aimerais vous poser une question. Combien de vos membres sont venus vous voir dans vos associations pour partager des frustrations similaires? Croyez-vous que tout aliment importé devrait être assujéti aux mêmes règles, règlements, évaluations, inspections et étiquetage que les produits canadiens?

Peut-être que le comité permanent devrait avoir une réunion dans une épicerie pour que nous puissions regarder de plus près les produits.

Merci.

Le président: Qui veut répondre en premier? Monsieur Friesen.

M. Bob Friesen: Je vais commencer.

En ce qui concerne le fait de rendre obligatoire que les normes des produits que nous importons soient les mêmes que ceux qui sont faits au Canada, nous avons toujours dit que nous souhaitons que les programmes de sécurité alimentaire à la ferme soient facultatifs. Si nous voulions freiner les importations qui ne respectent pas les mêmes normes de sécurité alimentaire que nos fermes, il faudrait rendre obligatoires nos programmes de salubrité des aliments à la ferme. Nous avons décidé d'emprunter la voie des programmes facultatifs et de mener une campagne positive de commercialisation pour les produits canadiens.

Pour la même raison que nous ne voulons pas que les transformateurs et les distributeurs alimentaires aient des réactions négatives, nous avons décidé qu'il valait mieux que le programme d'étiquetage soit facultatif et non obligatoire.

[Français]

M. Pierre Lemieux: La réponse à la question est oui. Cependant, cela passe par un étiquetage. L'étiquette sera le premier signal de cette mise en oeuvre. Ce sera le premier pas. On peut revenir à ce que monsieur a dit tout à l'heure sur la souveraineté alimentaire. La réglementation qui sera mise en place sera le premier pas vers la souveraineté alimentaire, vers la reconnaissance du pouvoir des peuples d'au moins réglementer une partie de leur production et des échanges commerciaux.

Pour ce qui est de la réglementation, je rappellerai au Bureau de la concurrence qu'il le dit lui-même. Dans le Guide sur les indications « Fait au Canada », le Bureau de la concurrence recommande même d'utiliser des indications restrictives. Cela ne peut pas être fait sur une base volontaire seulement, il faut forcer les gens à aller un peu plus loin. De plus, il faut protéger la santé des consommateurs. Il ne faut pas l'oublier, la base derrière la réglementation, c'est la protection de la santé des consommateurs.

• (1035)

[Traduction]

Le président: Monsieur Robertson.

M. Grant Robertson: Je pourrais vous raconter bon nombre d'histoires sur des gens qui ont fait face à des difficultés lorsqu'ils voulaient vendre leurs produits canadiens au Canada. Il ne s'agit pas seulement d'anecdotes portant sur l'étiquetage. Mais je préfère revenir à la question d'un étiquetage obligatoire ou non.

Nous devons nous conformer à bon nombre de lois au Canada. Elles ont été adoptées pour d'excellentes raisons, afin de garantir des normes environnementales, de travail et de santé. Cela est important pour toute exploitation agricole qui se conforme aux programmes de sécurité agricole.

Malgré toutes ces lois, nous permettons à des milliers de tonnes de produits d'arriver quotidiennement au Canada, alors qu'ils ne sont pas conformes à ces lois. Alors il ne s'agit pas seulement de question d'adhésion volontaire. Il s'agit de respecter des lois fondamentales. Il faut commencer par arrêter ceux qui y contreviennent et protéger les agriculteurs et consommateurs canadiens. Après tout, nous sommes tous dans le même bateau.

Nous savons tous que la nourriture est un des déterminants de la santé. La qualité de la nourriture détermine la santé d'une personne, et cela va bien plus loin que de dire que si on ne mange pas, on est faible. C'est une question qui interpelle tous les consommateurs. Nous produisons les aliments les plus sains et de la meilleure qualité au pays. Nous devons cesser d'en avoir honte.

Le président: Merci.

Madame Skelton, la parole est à vous.

L'hon. Carol Skelton (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC): Merci beaucoup. Je suis ravie que vous soyez venus.

Monsieur Boshcoff, j'étais dans une épicerie indépendante à Ottawa hier soir, pour acheter des fruits et légumes et vérifier les étiquettes. Je pense que M. Friesen se trouvait dans la même épicerie. Je n'ai pas vu ce qu'il a acheté. L'expérience était fort intéressante. Chez nous, en Saskatchewan, je fréquente une petite épicerie et nous n'avons pas les mêmes choix qu'à Ottawa. J'ai acheté d'excellentes petits concombres d'une ferme en Ontario. Je suis allée voir leur site Web, car ils en ont un. Puis j'ai regardé les aliments en conserve. Ça me dérange qu'on affiche ces aliments comme étant des produits canadiens, alors que nous savons pertinemment que ce n'est pas le cas.

Madame Binnie, je ne vous ai pas entendu parler de l'étiquetage facultatif. J'aimerais savoir ce que vous en pensez et pourquoi le Conseil canadien du porc prône l'étiquetage facultatif plutôt qu'obligatoire.

Mme Mary Ann Binnie: Merci de me donner la parole. Il n'y avait pas assez de temps lors des autres tours.

Nous appuyons un système facultatif plutôt qu'obligatoire. Nous ne voudrions certainement pas imposer aux importations des normes que nous n'approuvons pas puisque nous exportons énormément de viande de porc.

Un système facultatif fonctionnera également à notre avis, car le marché motivera le programme. Si les consommateurs voient des étiquettes dans un magasin, comme l'a déjà mentionné Bob, ils se demanderont alors pourquoi nos produits n'ont pas été correctement étiquetés.

Nous appuyons pleinement l'étiquetage des produits porcins canadiens comme étant canadiens, pour que les gens puissent les identifier. Il faut donner ce choix aux consommateurs. Ils doivent savoir si le produit est canadien, américain ou provient d'un autre pays. Comme ça ils ont un choix quant à ce qu'ils achètent. C'est cela que nous appuyons, soit un programme facultatif qui donne aux Canadiens les outils nécessaires pour prendre une décision.

M. Bob Friesen: Je pense que j'achetais des oranges canadiennes à l'épicerie.

L'hon. Carol Skelton: Très bien. J'en suis ravie. Je ne l'avais pas vu.

J'aimerais vous demander à tous si vous préféreriez des lignes directrices fondées sur un contenu canadien de 51 p. 100 plutôt que sur un coût total de 51 p. 100, comme c'est le cas à l'heure actuelle? Si une telle modification a lieu, quel pourcentage prôneriez-vous?

M. Bob Friesen: Nous sommes pour un pourcentage axé sur le contenu. Nous accepterions certes un pourcentage plus élevé. Ce serait notre préférence.

● (1040)

[Français]

M. Pierre Lemieux: Nous privilégions l'identification de l'ensemble des principaux produits en provenance du Canada. Je pense qu'il faut absolument valoriser d'abord les produits canadiens pour dynamiser le secteur agricole et notre production, chez nous. Je pense que c'est important.

[Traduction]

L'hon. Carol Skelton: Avez-vous d'autre chose à ajouter?

[Français]

Le président: Monsieur Monty, nous vous écoutons.

M. Robert Monty: Il faut bien comprendre qu'en dynamisant le contenu et non le contenant, on envoie un signal clair au consommateur, qui va bien comprendre qu'il n'achète plus un contenu dont il n'est pas certain.

Il faut être clair pour le consommateur. Il faut cesser d'entretenir le doute chez le consommateur, comme c'est le cas présentement. C'est pour cela qu'il pose continuellement des questions.

On dit que les producteurs agricoles sont en crise. Avez-vous pensé aux emplois que l'identification du contenu créera et à l'enrichissement agricole que cela apportera dans notre pays? Il faut penser à cela aussi.

[Traduction]

Le président: Richard, il vous reste environ 20 secondes.

M. Richard Doyle: J'aimerais qu'on soit clair sur un point. Nous voulons un contenu très élevé, mais pas trop élevé non plus. Un pourcentage de 100 p. 100 serait effrayant. Je vous donne l'exemple du lait au chocolat. Nous faisons la promotion d'un lait canadien à 100 p. 100. En revanche, le fait qu'on utilise les graines de cacao ou des saveurs pour que le lait goûte le chocolat, ou si l'on rajoute des bananes dans le yogourt, cela ne devrait pas nécessairement nous dire que le produit ne peut pas être étiqueté comme canadien. Le pourcentage devrait être plus élevé que 51 p. 100. Cela va bien plus loin que des prix. Il faut que ça porte sur le contenu. Il faudrait tout simplement nous laisser une certaine marge de manoeuvre pour que l'ajout de saveur ne limite pas nécessairement les consommateurs lorsqu'ils achètent des produits transformés.

Le président: C'est un excellent point.

Le temps est écoulé. Nous allons passer au prochain intervenant.

Allez-y, madame Thi Lac.

[Français]

Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac (Saint-Hyacinthe—Bagot, BQ): Bonjour à tous. Merci d'être venus nous rencontrer ce matin pour témoigner de votre réalité.

Je représente la circonscription de Saint-Hyacinthe—Bagot. C'est une circonscription qui vit d'agriculture: 25 p. 100 de tout ce qui y

est produit est transformé. Par conséquent, 25 p. 100 des emplois directs et indirects sont reliés à cette activité.

Je vais vous donner des statistiques intéressantes. Il y a huit supermarchés dans ma circonscription. De plus, il y a trois marchés publics spécialisés qui vendent uniquement des produits du terroir. Ces marchés sont en croissance; ils sont très fréquentés et lucratifs. Aucun commerçant de ces marchés n'est en faillite. Ces marchés sont très fréquentés parce que les gens savent que les produits sont fabriqués localement et qu'ils sont bons pour la santé. Ma circonscription a également un programme très intéressant, « Achats à la ferme », qui permet d'acheter directement à la ferme. On peut acheter un boeuf, par exemple.

Comment expliquer que de nombreuses productions artisanales locales réussissent à très bien vivre et que, paradoxalement, les producteurs locaux qui ne peuvent pas profiter d'un tel réseautage soient au bord de la faillite? Il n'y a aucun doute que c'est à cause de l'étiquetage.

On dit que les mots « Produit du Canada » désigneraient adéquatement les choses produites ici. Au Québec, on connaît l'expression « Produit du terroir »; elle a fait sa marque. Les consommateurs sont heureux de payer plus cher pour ces produits. Les marchés sont très fréquentés et appréciés. Les gens qui y vendent leurs produits font des affaires d'or.

Je voudrais vous entendre à ce sujet. Merci.

● (1045)

[Traduction]

Le président: Est-ce que quelqu'un veut intervenir?

Allez-y, monsieur Lemieux.

[Français]

M. Pierre Lemieux: Vous soulevez une problématique importante. Concernant l'étiquetage, s'il y a une chose qui va probablement être corrigée, c'est celle-là.

Je vous ai parlé d'un rapprochement entre les producteurs et les consommateurs. Au cours des dernières années, les producteurs ont travaillé en collaboration avec les transformateurs pour essayer d'atteindre les marchés, les chaînes. Cependant, on se rend compte que les chaînes sont un monstre. Elles sont impénétrables. C'est une concentration de capitaux et de pouvoir d'achat qui est partout dans le but d'acheter au meilleur prix possible. Dans ce contexte, elles ne font que grossir leurs marges de profit.

J'aurais bien aimé, au moyen d'une réglementation adéquate et obligatoire, qu'on trace des balises minimales et qu'on se donne des marques de commerce ensuite, des labels, par exemple « Produit du Canada », afin de mettre notre image et nos produits en valeur par rapport aux autres denrées agricoles. J'espère qu'à l'avenir, les associations de consommateurs nous appuieront afin qu'on ait de telles stratégies. Pour ce faire, on a besoin de lois ou de réglementation.

Les gouvernements sont là pour réglementer. Les partis peuvent se donner des stratégies en fonction des règlements ou des lois existants. Dans ce contexte, la réglementation est vieille, elle date de 50 à 60 ans et ne correspond plus aux règles commerciales actuelles face à la mondialisation. Il faut réellement avoir une nouvelle réglementation qui nous permettra d'élaborer des stratégies de rapprochement entre producteurs et consommateurs et, éventuellement, d'avoir le label « Produit du Canada » pour valoriser nos produits. Si on crée une réglementation obligatoire pour protéger la santé de nos citoyens, cela veut dire que d'autres produits de l'extérieur respectant les normes de santé entreront au Canada.

Dans ce cas, comment fera-t-on pour valoriser les producteurs canadiens? C'est par un label « Produit du Canada » ou par une marque de commerce qu'on va développer et établir un lien avec les associations de consommateurs pour valoriser notre produit. À qualité égale, on va dire aux gens d'acheter chez nous en premier. Selon moi, c'est la stratégie de l'avenir dont nous avons besoin, et il vous incombe, comme gouvernement, de trouver la façon de redynamiser le secteur agricole.

Le président: Merci.

Soyez bref, monsieur Laforge.

M. Jacques Laforge: Pour ajouter aux dires de Pierre, je pense que les marchés spécifiques qu'il faut cibler sont ceux où s'installe une relation directe entre le consommateur et le producteur. En anglais, on parle de *market power*. Aussitôt que le producteur et le consommateur sont face à face, automatiquement dans ce genre de marché, le producteur va chercher une prime et le consommateur est très content de payer.

Dans une région où il y a une importante production par rapport à la population, c'est un peu plus difficile. Il faut s'éloigner davantage. Dans un marché local, c'est un très bon outil profitable pour le fermier.

[Traduction]

Le président: Merci.

Nous allons maintenant passer à M. Storseth.

M. Brian Storseth (Westlock—St. Paul, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

J'aimerais remercier les témoins d'être venus.

Comme toujours, nous avons abordé cette question d'une manière fort intéressante. Il y a eu beaucoup d'entente et de compréhension quant à la direction que nous allons prendre à ce sujet.

J'ai fait un peu de recherche sur la loi et sur les règlements concernant les exigences d'étiquetage de base. Il est intéressant de voir que, partout, on indique que les renseignements sur les étiquettes alimentaires doivent être exacts et ne pas induire en erreur ou leurrer le consommateur. C'est précisément la norme à laquelle les consommateurs canadiens devraient s'attendre et obtenir avec l'étiquetage. De toute évidence, ce n'est pas ce qu'on nous a raconté au cours des dernières réunions. Ce n'est clairement pas ce que nous obtenons.

J'aimerais connaître davantage vos recommandations, et savoir ce que vous aimeriez voir accomplir.

Monsieur Friesen, j'ai lu quelques articles où vous dites que c'est une question qui préoccupe énormément les agriculteurs, car il est fort difficile de soutenir la concurrence d'une production qui n'a pas à respecter les mêmes normes que le Canada. Je suis tout à fait d'accord avec vos observations.

Est-ce que vous connaissez la date précise à laquelle ces règlements ont été modifiés? Environ quand a-t-on modifié ces règlements la dernière fois? C'est une question que nous avons posée plusieurs fois ici.

M. Bob Friesen: Est-ce que vous parlez de la définition de...?

M. Brian Storseth: Oui.

M. Bob Friesen: Non, je ne le sais pas.

M. Brian Storseth: Vous êtes cependant d'accord avec des déclarations antérieures comme quoi cela coûte de l'argent aux producteurs.

J'appuie le boeuf albertain. Avant de commander un steak dans un restaurant, je veux savoir s'il s'agit de boeuf albertain ou non. En effet, cela impliquerait nécessairement qu'il s'agit d'un boeuf canadien. Ça me dérange de penser que je peux aller au restaurant ou dans une épicerie et acheter quelque chose étiquetée, par exemple, « Approuvé au Canada ». À ce moment-là, je présume qu'il s'agit d'un produit canadien, et j'apprends par la suite à ma surprise qu'il provient de la Chine ou d'un autre pays, où les producteurs ne sont pas nécessairement tenus d'observer les mêmes normes de sécurité qu'au Canada. Quoi qu'il en soit, on ne me donne pas l'occasion d'appuyer les producteurs locaux. Alors, à moins d'amener un avocat avec moi à l'épicerie, il va falloir faire preuve de plus de logique.

J'aimerais, monsieur Friesen, que vous répondiez à la question de M. Lauzon. Est-ce que vous avez une idée du montant que cela a coûté aux producteurs canadiens? J'aimerais demander à Mme Binnie de répondre à cette question au nom des producteurs porcins.

• (1050)

M. Bob Friesen: Je suis tout à fait d'accord avec vous. Nous n'avons pas fait une analyse des coûts pour savoir combien cela nous a coûté. Mais nous estimons que cela a nui à la crédibilité de notre système réglementaire. Nous savons que les consommateurs ont particulièrement confiance dans un système réglementaire contraignant. On l'a notamment vu suite à la consommation de boeuf après l'apparition du premier cas de ESB. Mais je pense que cela a véritablement nui à la crédibilité de notre réglementation.

Mon observation vous semblera peut-être subjective, mais j'estime que cela nous a fait perdre beaucoup d'occasions. Voilà pourquoi je pense que nous devrions miser sur une campagne de commercialisation positive pour que l'on dise aux gens « Acheter canadien ». Nous savons que cette idée est déjà appuyée par les Canadiens. Une fois que les choses seront clairement identifiées, nous croyons que la vente de produits canadiens augmentera. De plus, bon nombre de Canadiens ont dit — et je sais que c'est plus facile à dire au téléphone — qu'ils étaient prêts à payer un supplément pour que l'on identifie clairement les produits canadiens.

Alors oui, dans cette perspective, je dirais que cela nous a nui. Mais une fois que l'on poursuivra davantage de projets pilotes et que le programme démarrera, nous saurons encore mieux à quel point cela nous a nui.

Mme Mary Ann Binnie: Nous sommes d'accord. Nous n'avons pas vraiment fait d'analyse pour déterminer l'incidence de l'absence d'étiquetage sur le commerce au détail du porc canadien.

Il y a certainement plusieurs facteurs en jeu dans cette situation donc je ne voudrais pas spéculer. Mais nous allons lancer cette campagne « Acheter canadien » donc nous verrons peut-être des résultats à ce moment-là.

M. Grant Robertson: Je ne sais pas comment on pourrait faire une étude pour en arriver à un chiffre exact, parce qu'il faudrait regarder ce que les gens n'achètent pas. C'est assez difficile.

Eh bien ce "n'est pas sorcier" comme le dirait ma fillette de 13 ans », c'est-à-dire que si les gens pensent qu'ils achètent quelque chose en provenance du Canada et qu'en fait ils achètent un produit venant de l'extérieur, un agriculteur canadien a perdu une vente. Les consommateurs sortent pour acheter délibérément un produit qui porte la mention « Canada ». Cela leur dit beaucoup de choses — ou ils le pensent, et c'est ça le but de cet exercice. Ils pensent que cela signifie de la bonne qualité, des agriculteurs locaux, c'est-à-dire Canadiens, et qu'en achetant ce produit ils obtiennent eux-mêmes de la qualité en prime.

Pour ce qui est de chiffrer cela en dollar, je ne sais pas; il faudrait être beaucoup plus intelligent que je ne le suis. Mais il est clair que si quelqu'un achète un produit auquel il attribue une certaine provenance quand en fait ce produit provient d'ailleurs, les Canadiens perdent une part du marché. C'est là le cas depuis plusieurs années maintenant.

Le président: Merci, le temps s'est épuisé.

Monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie tous les intervenants de leurs exposés.

Je n'aime pas trop devoir consacrer 30 secondes aux sonnettes politiques de M. Lauzon, mais je ne peux pas demeurer silencieux comme si c'était vrai, parce que ça ne l'est pas.

Monsieur le secrétaire parlementaire, je vous suggérerais de retourner voir le débat lors de la dernière législature sur le projet de loi C-27, lorsque nous essayons de définir les termes laitiers. Vous constaterez qu'il y avait deux obstacles dans ces définitions de termes laitiers. L'un portait le nom de M. Ritz, et l'autre celui de M. Anderson. C'est tout ce que j'ai à dire sur ce sujet, mais je ne pense pas que la discussion qui a lieu aujourd'hui était le bon endroit pour ce genre de commentaire.

Quoi qu'il en soit, nous avons eu une bonne discussion. Il s'agit essentiellement d'étiquetage véridique.

•(1055)

M. Brian Storseth: Rappel au Règlement, monsieur le président. J'ai essayé de ne pas parler des aspects politiques de ce sujet, mais puisque M. Easter a cru bon les soulever — il ne convient pas, à mon avis qu'il interprète mal les propos de M. Lauzon — ce que M. Lauzon disait c'est que le bilan libéral en la matière était comme un poisson qui s'est sauvé: ils l'ont presque attrapé, mais pas tout à fait.

Le président: Ce n'est pas un rappel au Règlement et nous n'allons pas entrer dans un débat politique. Nous avons des témoins à la table. Nous allons essayer de respecter les témoins qui sont venus ici devant le comité offrir leurs points de vue et leur contribution à cette discussion de politique. Alors essayons de nous en tenir à la politique dans nos commentaires.

L'hon. Wayne Easter: Je disais, monsieur le président, que nous essayons d'avoir un étiquetage véridique et j'imagine que cela vaut aussi pour le procès-verbal.

Quoi qu'il en soit, certains préconisent l'étiquetage facultatif et d'autres l'étiquetage obligatoire. Quelle que soit notre décision à cet égard, le fait est que les Américains vont de l'avant avec l'étiquetage du pays d'origine (COOL) — qu'on le veuille ou non. L'ancien

gouvernement s'est battu à propos de cette question, le gouvernement actuel également. J'ai participé à beaucoup de délégations qui sont allées aux États-Unis, et les Américains vont de l'avant avec l'étiquetage du pays d'origine, qu'on le souhaite ou non. C'est ça la réalité. Même si on a gain de cause devant les tribunaux, ils vont mettre ce régime en place. Voilà ce qu'il en est. Donc il faut bien préciser le contexte.

Qu'on choisisse un régime facultatif ou obligatoire, il faudra prévoir des mécanismes d'exécution. Pouvez-vous nous expliquer vos diverses positions concernant les mesures que nous devons prendre pour faire appliquer les deux sortes d'étiquetage — peu importe lequel — pour garantir que tout produit portant la mention « Produit du Canada » est bel et bien un produit du Canada, surtout par rapport au contenu.

M. Jacques Laforge: Voilà pourquoi, Wayne, on parle dans notre exposé de règlements plutôt que de lignes directrices. Il faudrait respecter les règlements si on veut utiliser l'étiquette « Produit du Canada ». Si les producteurs jugent que c'est trop difficile ou si le pourcentage de contenu étranger dépasse les limites, dans le cas des importations, on leur permettra d'utiliser la mention « Transformé au Canada ».

En discutant de l'étiquetage des produits laitiers, nous avons conclu qu'on ne veut pas que les transformateurs ou d'autres de l'industrie profitent du manque de clarté. Si le produit est transformé au Canada, mais n'est pas d'origine canadienne, on a le choix entre ces deux mentions. C'est aux consommateurs de choisir ce qu'ils préfèrent selon les étiquettes qu'on met sur les emballages.

D'après nous, la mention « Produit du Canada » a vraiment été utilisée à toutes les sauces. Il nous faut des règlements qui définissent la terminologie. Et il faut les promouvoir auprès des consommateurs.

Le président: Je vais lever la séance dans une minute, et il y a M. Friesen, M. Monty et M. Lemieux qui veulent répondre.

Je vais vous donner à chacun seulement 20 secondes.

Monsieur Friesen.

M. Bob Friesen: Il faudrait qu'il y ait une sorte de surveillance ou de vérification, comme c'est le cas à l'heure actuelle pour la mention « Produit du Canada ». Je ne sais pas quelle est la portée de cette surveillance, mais il faudra prévoir des contrôles pour garantir que l'étiquette ait une certaine crédibilité.

[Français]

M. Robert Monty: Tout à l'heure, j'ai dit que j'étais en faveur d'une réglementation obligatoire, mais ce n'est pas la réglementation que je veux. En fait, la réglementation doit devenir beaucoup plus stricte dans le sens où j'en ai parlé auparavant. Je pense que je me suis bien fait comprendre à ce sujet, et tout le monde sait où je me situe.

Le président: Monsieur Lemieux.

M. Pierre Lemieux: L'étiquetage doit être obligatoire, c'est notre position. C'est simple et crédible. En ce qui concerne le « [Note de la rédaction: inaudible] Canada », au fond, c'est volontaire. Cela devient une marque de commerce et c'est d'un niveau plus élevé. C'est notre opinion et c'est comme cela qu'on voit les choses.

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup.

Je tiens à remercier tous nos témoins de leurs exposés. Je demande à tous de quitter la salle aussi rapidement que possible, car le comité des transports se réunit ici tout de suite.

Monsieur Friesen, vous avez parlé de votre campagne de commercialisation « Cultivé du Canada ». Je vous prierais d'envoyer

au comité la documentation concernant le coût du programme et les moyens d'y parvenir grâce à ce nouvel organisme. Je vous demande de nous envoyer cela dans les plus brefs délais. Merci beaucoup.

La séance est levée.

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

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

**Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :
Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address:
<http://www.parl.gc.ca>**

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.