



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire

AGRI • NUMÉRO 029 • 2^e SESSION • 39^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 29 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 29 avril 2008

• (0905)

[Traduction]

Le président (M. James Bezan (Selkirk—Interlake, PCC)): La séance est ouverte. Nous poursuivons notre étude sur la mention « Produit du Canada ».

Nous accueillons aujourd'hui John Masswohl, que nous connaissons bien, de la Canadian Cattleman's Association. Il est accompagné de Lisa Mina, du Centre d'information sur le boeuf. Nous entendrons également Mike Dungeat, des producteurs de poulet du Canada, Lynne Markell et John Anderson, de l'Association des coopératives du Canada, ainsi que Don Jarvis, président-directeur général de l'Association des transformateurs laitiers du Canada.

Monsieur Masswohl, je vous laisse ouvrir le bal...

M. John Masswohl (directeur, Relations gouvernementales et internationales, Canadian Cattleman's Association): Merci.

Je vous remercie de nous avoir invités à comparaître aujourd'hui pour vous faire part de l'opinion des éleveurs de bétail du Canada sur la mention « Produit du Canada ».

En fait, la Canadian Cattleman's Association est le seul porte-parole national de près de 90 000 éleveurs de bétail. Il nous fait toujours grand plaisir de comparaître devant votre comité.

Je suis accompagné aujourd'hui de Lisa Mina, directrice générale des ventes au Centre d'information sur le boeuf. Le Centre d'information sur le boeuf est la division du développement des marchés de la Canadian Cattleman's Association. Ce centre a pour mandat de maximiser la demande en produits canadiens du boeuf au Canada et aux États-Unis.

Pour bien saisir le contexte des observations qui suivent, il importe de comprendre l'importance relative des importations et des exportations sur le marché du boeuf et du bétail au Canada.

Les abattoirs canadiens inspectés sous le régime fédéral et provincial ont abattu environ 3,4 millions de bêtes en 2007. Dans tous les cas, à l'exception de 5 053 bêtes — soit 0,15 p. 100 —, il s'agissait de bétail canadien. Nous n'importons donc pas beaucoup d'animaux pour l'abattage immédiat. Par contre, nous avons exporté plus de 1,3 million de bêtes aux États-Unis en 2007, dont 800 000 environ étaient destinés à l'abattage immédiat et environ un demi-million à l'engraissement.

En ce qui concerne le boeuf, le Canada a importé 186 000 tonnes de boeuf en 2007, quantité dont environ les deux tiers venaient des États-Unis, et nous en avons exporté plus de 360 000 tonnes, dont environ 80 p. 100 aux États-Unis. Si l'on tient compte de tout ce commerce et que l'on convertit le nombre de bêtes en équivalents viande, on constate que nous exportons de trois à quatre livres de boeuf pour chaque livre que nous importons. Il s'agit d'une diminution par rapport au ratio de 6 pour 1 ou de 7 pour 1 qui existait il y a quelques années.

En ce qui concerne le pays d'origine, nous avons eu l'occasion d'examiner des initiatives relatives à l'étiquetage du pays d'origine au cours des dernières années. Plus particulièrement, nous nous sommes vivement opposés à la proposition d'étiquetage obligatoire du pays d'origine qui circule aux États-Unis. Je n'ai pas l'intention de m'étendre sur ce sujet dans mon exposé, mais je signale que nous avons toujours expliqué à nos partenaires commerciaux que l'étiquetage ne constitue pas une mesure d'innocuité des aliments, et nous soutenons ce même argument à l'échelle nationale.

Nous ne croyons pas que la salubrité d'un aliment ou d'un ingrédient dépend de son origine. La salubrité dépend des règlements qui s'appliquent à la production de ces aliments, et il convient donc de savoir si ces règlements sont conformes aux normes canadiennes et s'ils ont été respectés dans la production de ces aliments. Si les règlements en matière d'aliments appliqués dans un pays quelconque ne respectent pas nos normes canadiennes, il faudrait interdire la vente au Canada du produit non conforme. Quant aux pays qui appliquent des normes acceptables, il faudrait faire des inspections et appliquer des mesures de vérification suffisantes pour garantir que la production des aliments a été conforme aux normes.

À notre avis, il existe une distinction entre l'étiquetage du pays d'origine et la mention « Produit du Canada ». Nous croyons savoir que le comité n'examine pas une proposition visant à exiger l'étiquetage des produits en fonction de leurs pays d'origine; la question dont nous sommes saisis consiste à déterminer quels produits peuvent être identifiés et commercialisés comme produits canadiens. Nous serions d'accord avec cette approche. Nous voulons toutefois qu'il soit clair que nous n'appuyons pas la création de nouveaux régimes d'étiquetage obligatoire. La CCA recommande une approche volontaire qui permettrait aux vendeurs d'appliquer ces mesures d'étiquetage seulement lorsqu'ils déterminent que la provenance canadienne du boeuf constitue un atout sur le marché.

Notre second critère est qu'il faut garantir la légalité et la véracité de toutes les étiquettes qui font la promotion du boeuf en fonction de sa provenance canadienne. Nous savons que dans bien des cas, du boeuf importé a été présenté comme un produit canadien alors qu'il n'avait été que peu ou pas transformé au Canada. Lorsque de tels cas se produisent, les consommateurs se trouvent à acheter un produit inférieur aux normes, ce qui nuit à la réputation du boeuf canadien. Aux termes de la loi actuelle, c'est-à-dire la Loi sur l'inspection des viandes, le boeuf importé qui n'est pas transformé au Canada doit porter l'étiquette de son pays d'origine lors de sa vente au détail. Le boeuf importé qui subit une transformation minimale au Canada n'a pas à être étiqueté quant à son origine, mais ce n'est pas du boeuf canadien. Nous croyons qu'il faut faire des efforts accrus d'application des règles pour que ces dispositions existantes soient respectées.

Notre troisième recommandation est que toute règle qui définit quel boeuf peut porter l'appellation canadienne doit être conforme aux obligations commerciales que nous nous attendons à voir respecter par les autres pays. Nous ne sommes pas d'accord pour que la désignation de l'origine canadienne se fonde sur un pourcentage de valeur ajoutée au Canada. C'est là une approche désuète qui ne veut plus rien dire dans le monde d'aujourd'hui, alors que les intrants viennent de partout dans le monde, et cette approche n'est pas nécessairement conforme aux accords commerciaux que nous avons signés.

• (0910)

L'ALENA, qui a été négocié au début des années 90, représentait le premier effort réel des gouvernements du Canada et des États-Unis pour définir l'origine de produits fabriqués en tout ou en partie à partir d'intrants importés, au moyen d'une activité de production précise.

En ce qui concerne le boeuf et d'autres viandes, la règle relative à l'origine énoncée dans l'ALENA précise que l'abattage des animaux aux fins de production de viande est un procédé important et que l'origine de la viande est définie en fonction du pays où l'abattage est effectué. Par conséquent, nous estimons que le boeuf produit dans un abattoir au Canada devrait porter la mention « Produit du Canada », sans égard à l'endroit où l'animal est né et sans qu'il soit toujours nécessaire de calculer les différentes valeurs de production.

L'ALENA comporte également une autre catégorie d'origine, celle des « produits entièrement obtenus et produits ». Cette règle énumère une liste d'activités et s'applique entre autres aux animaux nés et entièrement élevés dans un pays. Nous croyons que le boeuf provenant de tels animaux pourrait être étiqueté volontairement « Aliment du Canada » si les producteurs et les transformateurs sont prêts à adopter des méthodes qui leur permettent de prouver que le produit portant cette étiquette vient d'un animal né, élevé et transformé au Canada. Ceux qui ne sont pas en mesure d'établir ce lien entre le boeuf canadien et une entreprise agricole canadienne auraient néanmoins droit d'apposer à leur boeuf l'étiquette « Produit du Canada » s'ils le souhaitent et si le boeuf vient d'animaux abattus au Canada.

Je soumetts également au comité les dispositions pertinentes de l'entente de l'OMC dans mes commentaires écrits, mais je ne vais pas les lire, compte tenu du temps qui m'est accordé.

Pour le temps qu'il nous reste, je vais demander à Lise Mina de vous décrire les efforts déployés par le Centre d'information sur le boeuf pour faire la promotion du boeuf canadien au Canada.

Mme Lisa Mina (directrice générale, Ventes, Centre d'information sur le boeuf): Merci, John.

Le Centre d'information sur le boeuf fait la mise en marché du boeuf canadien au Canada et aux États-Unis. Jusqu'à présent, notre marché national a toujours été le marché le plus vaste et le plus sûr du boeuf canadien. En 2006, 64 p. 100 du boeuf canadien a été consommé ici au Canada, alors que 29 p. 100 étaient exportés aux États-Unis.

L'un des principaux éléments du mandat du Centre d'information sur le boeuf consiste à accroître la demande de boeuf canadien au Canada. Depuis 2003, le CIB s'est donné pour tâche de promouvoir le boeuf canadien auprès de la population canadienne et de nos partenaires de l'industrie. Ces efforts soutiennent la loyauté des consommateurs canadiens envers les produits canadiens.

À l'appui de ces efforts, nous avons réalisé une enquête auprès de 1 000 consommateurs canadiens en 2007. Les résultats montrent

qu'un peu plus de 75 p. 100 des Canadiens estiment que l'étiquette « Produit du Canada » est soit très importante soit importante lorsqu'ils choisissent et achètent de la viande. Le CIB est entièrement d'accord avec la recommandation de la CCA pour ce qui est d'appuyer l'utilisation de la mention « produit canadien » à titre d'outil de commercialisation d'application volontaire.

Cette idée n'a rien de neuf dans l'industrie canadienne du boeuf. En 2003, nous avons lancé le logo « Pensez boeuf », inscrit sous une feuille d'érable rouge, pour promouvoir le boeuf canadien et certains produits du boeuf dans des publicités destinées aux consommateurs. Par exemple, les principaux détaillants et nos partenaires des services alimentaires ont utilisé ce logo pour marquer le contenu canadien.

Lorsque le CIB octroie des fonds, l'utilisation du logo est associée au contenu canadien une fois que l'approvisionnement en boeuf a été vérifié. Puisque l'industrie canadienne du boeuf dépend du marché, les sources d'approvisionnement peuvent fluctuer; c'est donc pour cela qu'il est important que l'utilisation du logo canadien marquant le contenu demeure d'utilisation volontaire.

À l'heure actuelle, l'industrie canadienne du boeuf oeuvre à mettre au point une nouvelle marque pour le boeuf canadien. Pour préserver l'intégrité et la valeur de la nouvelle marque commerciale auprès de nos partenaires commerciaux et de la population canadienne, on mettra au point une série de lignes directrices qui préciseront l'usage qui peut être fait du logo. Ces lignes directrices énonceront comment le logo peut être utilisé et ce qu'il représentera précisément.

En plus du contenu canadien, le logo peut représenter d'autres attributs qui peuvent constituer des atouts selon les marchés ciblés.

Nous recommandons en outre aujourd'hui de veiller à ce que le gouvernement dispose de ressources suffisantes pour surveiller l'utilisation de l'étiquetage et voir à l'application des règles. La crainte du Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire quant au caractère trompeur de l'étiquette actuelle « Produit du Canada » ne saurait être corrigée par un simple changement de définition.

À l'heure actuelle, plusieurs lois et règlements régissent l'étiquetage des produits du boeuf, entre autres la Loi sur l'inspection des viandes, la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation et le *Manuel des méthodes de l'hygiène des viandes*.

Malgré l'éventail de règles qui régissent l'étiquetage, nous savons que certains exploitants de l'industrie se livrent à des activités qui ont pour effet de présenter faussement du boeuf comme produit canadien.

En outre, nous avons découvert que bon nombre de gens supposent à tort que la marque de l'inspection canadienne équivaut à une origine canadienne. La marque de l'inspection canadienne doit être apposée à toute la viande de boeuf transformée au Canada. Ce symbole signifie que le produit a été inspecté — et vraiment rien d'autre. Il ne porte aucune mention de l'origine, mais bon nombre de consommateurs ont l'impression que cela signifie que la viande est d'origine canadienne.

Il faudrait envisager d'accroître les investissements dans des activités efficaces de surveillance et d'application des lois ainsi que dans des efforts d'information auprès des consommateurs et des commerçants afin d'éviter de tromper les consommateurs.

Pour conclure, notre but est de faire la promotion des produits du boeuf canadien. Toutefois, les outils à cette fin devraient être d'utilisation volontaire, conformes aux accords commerciaux internationaux signés par le Canada et avoir une signification pour la population canadienne.

Les personnes qui font l'étiquetage volontaire du boeuf en tant que produit canadien devraient avoir à rendre compte de la véracité de cette mention, et il faudrait entreprendre une campagne plus vaste d'information afin que les commerçants et la population comprennent bien la signification des marques d'inspection pour les diverses classes de viande.

Au nom des producteurs de boeuf du Canada, nous remercions le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire de nous avoir donné l'occasion de lui faire part de notre opinion au sujet de l'étiquetage canadien. Nous sommes prêts à participer à toute consultation ultérieure sur cette question importante.

Merci.

• (0915)

Le président: Merci.

Monsieur Dungate.

M. Mike Dungate (directeur général, Producteurs de poulet du Canada): Merci, monsieur le président. Merci aux membres du comité de l'occasion qui nous est offerte de comparaître devant vous au sujet de l'étiquetage « Produit du Canada ».

Je représente les Producteurs de poulet du Canada, organisation nationale qui représente les 2 800 producteurs de poulet du Canada. Notre conseil d'administration est formé de producteurs, de transformateurs, de surtransformateurs et d'exploitants de services alimentaires et de restaurateurs. Les positions avancées par les PPC reflètent l'opinion des principaux intervenants de l'industrie du poulet.

Les PPC sont également responsables d'exploiter le programme de la gestion de l'offre pour le poulet au Canada. À ce titre, nous profitons de l'occasion pour manifester notre sincère gratitude à l'endroit de toutes les parties pour leur appui continu à l'endroit de la gestion de l'offre.

L'industrie canadienne du poulet contribue à créer quelque 50 000 emplois et représente près de 9,5 milliards de dollars en activité économique. C'est une industrie qui a connu une bonne croissance au cours des 30 dernières années. En fait, nous avons connu un moment historique en 2007, lorsque nous avons franchi la barre du milliard de kilos en production. C'est une réalisation remarquable.

Nous y sommes arrivés en suscitant la confiance des consommateurs et en leur fournissant un produit accompagné d'information sur sa salubrité, sur la façon dont il a été produit à la ferme et sur les méthodes utilisées pour sa transformation. Nous protégeons jalousement cette confiance, parce que sans elle, la consommation de poulet, ou de tout autre produit canadien, serait en chute libre.

Notre industrie est principalement axée sur le marché domestique. Environ 94 p. 100 de notre production et de nos produits transformés sont vendus au Canada. C'est notre marché principal, mais cela ne signifie pas que notre marché est réservé. Le Canada est le neuvième importateur de poulet en importance à l'échelle du monde. Cela signifie que de grandes quantités de viande de poulet sont importées et jouissent de la réputation que nous avons établie dans ce marché.

Notre première préoccupation, c'est qu'il faudrait interdire l'importation de produits qui ne satisfont pas à nos exigences en matière de salubrité ou aux autres normes que nous appliquons. C'est le premier critère de l'étiquetage « Produit du Canada ». Peu importe les dispositions qui seront proposées, nous ne voulons pas que puissent être vendus sur notre marché des produits qui ne satisfont pas à nos normes, dont l'étiquetage peut être parfois fallacieux et qui peuvent présenter un risque accru. Nous ne sommes pas préoccupés

par la production dans d'autres pays. Ce qui nous préoccupe, c'est la production au Canada, parce que c'est nous qui mettons ce produit en marché au pays.

Nous faisons des sondages d'opinion auprès des consommateurs depuis 1995. Nous avons effectué des sondages généraux pour le compte des producteurs de poulet du Canada, et les consommateurs ont indiqué clairement qu'ils veulent savoir d'où viennent leurs aliments. C'est une préoccupation clé.

Je soumets qu'il s'agit d'une préoccupation croissante — pas seulement dans le cas des aliments, mais aussi pour d'autres produits importés, comme les jouets dont la peinture contient du plomb. C'est un sujet qui prend de l'importance pour les consommateurs et nous devons donc nous montrer plus vigilants.

Il est intéressant de constater qu'au cours des dix dernières années, nos sondages ont révélé que les Canadiens qui souhaitent acheter du poulet canadien sont passés de 70 à 89 p. 100. Autrement dit, les Canadiens n'accordent pas le même degré de confiance aux produits canadiens et aux produits importés. C'est pourquoi il est si important de bien réfléchir aux mesures que nous prenons. Il faut déterminer précisément quels produits pourront porter l'étiquette « Produit du Canada ».

On a également soulevé un autre problème, celui de la grippe aviaire. Les gens sont plus sensibles aux effets que cette maladie pourrait avoir, compte tenu des cas de maladies en Asie et de l'inquiétude que la grippe aviaire puisse être transmise des volatiles aux humains en Asie. Les gens entretiennent maintenant plus de doutes quant aux importations et ils font davantage confiance aux produits nationaux. C'est un autre facteur dont il faut tenir compte.

Nous soutenons la confiance des consommateurs en nous assurant de respecter les règles en matière de salubrité des aliments, de biosécurité, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement. Nous prenons ces mesures pour conserver la confiance des consommateurs.

• (0920)

J'aimerais que l'on fasse une distinction entre l'étiquette « Fabriqué au Canada » et « Produit du Canada ».

Nous appuyons la notion d'une mention « Aliment du Canada ». En revanche, nous percevons cette mention comme étant tout à fait distincte de « Produit du Canada ». En effet, la première représente une idée de marketing, alors que la seconde traite de l'exactitude de l'étiquetage et de l'origine de l'aliment.

Nous croyons que ces utilisations devraient demeurer volontaires. Si une entreprise décide d'utiliser l'étiquette « Produit du Canada », elle devra respecter tous les règlements canadiens régissant l'utilisation de cette étiquette. Si l'entreprise souhaite utiliser l'étiquette « Aliment du Canada », il s'agit alors d'une initiative distincte à laquelle elle peut recourir si elle le désire.

Nous estimons que les lignes directrices qui régissent la mention « Produit du Canada » devraient être modifiées. Il n'est tout simplement pas logique qu'un aliment puisse être étiqueté « Produit du Canada » et que pas une seule partie de cet aliment — appelons-le un produit alimentaire emballé — ne provienne du Canada. Nous croyons que l'étiquette devrait porter sur l'aliment et non sur l'emballage. L'emballage et la publicité ne devraient pas déterminer si un produit est canadien et s'il est conforme aux exigences canadiennes. Peut-être qu'on pourrait même aider l'environnement si l'on empêche les entreprises qui souhaitent se conformer aux exigences de contenu canadien de le faire en ajoutant plus d'emballage.

Il est important que la caractéristique essentielle du produit acheté soit son origine canadienne s'il est étiqueté « Produit du Canada ». Nous avons donc eu recours à l'expression « caractéristique essentielle ». Par exemple, lorsqu'un consommateur achète du poulet cordon bleu canadien, qui est un poulet fourré de jambon et de fromage, le consommateur s'attend, au minimum, que le poulet soit produit au Canada. Après tout, il achète du poulet cordon bleu. Toutefois, lorsqu'il achète une lasagne canadienne contenant de la viande de poulet, le consommateur ne s'attend pas nécessairement à ce que le poulet soit d'origine canadienne. Il achète une lasagne et il s'attend plutôt, je dirais, que l'ensemble du produit soit fabriqué au Canada. Il est donc important de tenir compte de cette caractéristique essentielle. Une pizza n'entrerait pas dans la même catégorie qu'une poitrine de poulet désossée. C'est la caractéristique essentielle qui est importante.

Nous avons tenté de trouver une façon de décrire cette caractéristique essentielle. Nous croyons que, par exemple, pour un produit de viande à un seul ingrédient — c'est le deuxième chapitre du système tarifaire harmonisé —, la production et la transformation du poulet devraient être de source canadienne à 100 p. 100.

Il faut comprendre que, dans l'industrie de la volaille, nos poulets ne voyagent pas d'une ferme à une autre. Ils n'ont pas une longue durée de vie et passent ainsi d'une ferme à une usine de transformation. Ainsi, s'il s'agit d'un morceau de viande — en effet, on ne peut pas coller deux morceaux de viande ensemble —, le morceau devrait être produit et transformé au Canada. En même temps, la plus grande partie de la valeur alimentaire, que vous pouvez appeler valeur de production et de transformation, devrait être d'origine canadienne.

Prenons maintenant l'exemple de produits de viande contenant plus de 20 p. 100 de viande. Vous trouverez ce cas au chapitre 16 du système tarifaire harmonisé. Puisque vous achetez un produit de viande — et c'est là sa caractéristique essentielle —, nous croyons que la plus grande partie de la valeur alimentaire en poulet et de la valeur alimentaire totale doivent être d'origine canadienne.

Pour ce qui est des produits alimentaires contenant moins de 20 p. 100 de viande — chapitres 18, 19, 20 et 21 du système tarifaire harmonisé —, la plus grande partie de leur valeur alimentaire totale devrait d'origine canadienne. En effet, le poulet ou la viande ne représente plus la caractéristique essentielle pour ces produits.

Nous sommes tout à fait d'accord avec Lisa au sujet de la communication et de l'éducation. Il ne suffit pas uniquement d'apporter des modifications. Elles doivent être liées à une initiative d'éducation. Il faut sensibiliser les gens et faire appliquer ces normes.

• (0925)

J'aimerais conclure, monsieur le président, en vous présentant les recommandations des Producteurs de poulet du Canada.

Les exigences relatives à l'étiquette « Produit du Canada » devraient assujettir au départ les aliments importés aux mêmes normes que les aliments canadiens. Les aliments importés ne pourraient pas entrer au pays s'ils ne sont pas conformes à nos normes.

L'emballage et la publicité ne doivent pas faire partie de l'équation servant à définir un « Produit du Canada ». Les exigences en matière de teneur canadienne doivent prendre appui sur la caractéristique essentielle du produit.

Toute modification proposée doit être accompagnée d'une stratégie de communications positive et favorisant les produits

agricoles canadiens. Elle ne devrait pas être accompagnée d'une stratégie de lutte contre les importations.

Merci beaucoup. Je serai ravi de répondre à vos questions.

Le président: Merci.

Monsieur Anderson.

M. John Anderson (directeur, Affaires gouvernementales et politiques publiques, Association des coopératives du Canada): Merci beaucoup.

Je m'appelle John Anderson. Je suis directeur des affaires gouvernementales et des politiques publiques de l'Association des coopératives du Canada. Notre association est une association nationale de coopératives. Nous représentons plus de 9 millions de membres de coopératives et de caisses d'épargne et de crédit provenant de plus de 2 000 coopératives au Canada.

Nos membres travaillent dans bon nombre de secteurs de l'économie. Nous représentons tout particulièrement les grandes coopératives de vente au détail qui vendent des aliments et des approvisionnements agroalimentaires, comme Federated Co-operatives, United Farmers of Alberta, GROWMARK et Co-op Atlantic. Nous représentons également de grandes coopératives de produits laitiers, telles que Gay Lea Foods, Scotsburn et Northumberland.

Il existe bon nombre de coopératives alimentaires qui commercialisent, transforment ou vendent des aliments au détail. Le secteur des aliments biologiques croît rapidement, ainsi que les initiatives d'aliments locaux qui font la promotion de la culture, de la transformation et de la vente des aliments au sein d'une même région géographique.

Notre initiative de développement coopératif en agriculture, que nous administrons conjointement avec notre pendant francophone, le Conseil canadien de la coopération, aide de nouvelles coopératives agricoles à valeur ajoutée à démarrer. À l'heure actuelle, nous aidons des coopératives qui transforment la viande et qui vendent des bleuets, des pommes, des fromages de spécialité, des céréales et des légumineuses biologiques. Nous travaillons également avec les marchés de producteurs.

Le système actuel d'étiquetage des aliments est imprécis et porte à confusion. Nous sommes ravis que le gouvernement se soit engagé à revoir ses politiques sur l'étiquetage volontaire « Fabriqué au Canada » et « Produit du Canada ». Nous sommes heureux que le comité fasse une étude sur cette question. La confusion générée par l'étiquetage des aliments nuit aux producteurs canadiens et induit les consommateurs en erreur.

Vous avez tous déjà fourni des exemples personnels de produits alimentaires qui portaient à confusion. Nous aimerions vous donner des exemples liés aux coopératives. Bee Maid Honey est la marque de commerce du miel produit par les coopératives de miel de l'Ouest du Canada. Elle appartient à 2 000 apiculteurs. Il n'existe aucune autre entreprise de production de miel au Canada qui obtient tout son miel de ses propriétaires.

Il existe deux marques de miel dans les épiceries. Bee Maid est un miel à 100 p. 100 canadien. Billy Bee est un mélange de miel canadien et argentin. Dans cet exemple, la confusion n'est pas causée par le recours à l'étiquette « Produit du Canada ». En effet, Billy Bee n'utilise pas cette étiquette. Mais ce produit laisse entendre qu'il est canadien en utilisant la mention « Le miel préféré des Canadiens ». De plus, il a recours au système de classement, « Canada N° 1 Blanc » qui se retrouve sur l'étiquette.

Lorsque les consommateurs voient « Canada N° 1 », ils croient qu'il s'agit d'un miel canadien. Le Règlement sur le miel canadien indique que la mention « Canada N° 1 » peut s'appliquer soit à un miel canadien à 100 p. 100 soit à un miel importé, remballé et classé. D'après Bee Maid, le fait d'utiliser le mot Canada dans le classement et le fait d'exiger que cela figure à l'avant de l'étiquette alors que le pays d'origine peut figurer à l'endos sont des facteurs qui entraînent une perte de revenus et de la confusion sur le marché.

Il existe de nombreuses raisons pour lesquelles nous devons avoir un étiquetage alimentaire adéquat et il faudra tenir compte de beaucoup de facteurs. Le premier critère clé est la confiance des Canadiens face aux aliments qu'ils achètent. Une étude commandée récemment par l'Agence canadienne d'inspection des aliments pour déterminer comment les Canadiens perçoivent la sécurité de l'approvisionnement alimentaire du Canada a révélé une inquiétude face à l'étiquetage « Fabriqué au Canada » ainsi qu'une frustration et une méfiance générales face à l'étiquetage alimentaire. Le rapport indique que l'étiquette « Fabriqué au Canada » avait très peu de crédibilité. Elle était remise en question parce qu'on estimait qu'elle ne garantissait rien et qu'elle inquiétait les consommateurs. Je vous rappelle qu'il s'agit d'un rapport du gouvernement du Canada.

Ne perdons pas de vue la demande des consommateurs pour des aliments canadiens. La même étude de l'ACIA qui a mis sur pied des groupes de discussion en novembre 2007, a indiqué que les Canadiens ne font pas beaucoup confiance aux aliments importés. Les participants étaient préoccupés par le fait que les aliments importés risquaient de contenir plus de pesticides et d'être moins sécuritaires que les produits locaux. Par conséquent, de plus en plus de Canadiens recherchent activement des produits canadiens et veulent connaître les origines des ingrédients qui se trouvent dans leurs aliments.

La durabilité de l'industrie agricole canadienne est le troisième point important. Un étiquetage judicieux des aliments cultivés au Canada aidera les producteurs. Nous croyons qu'un étiquetage adéquat, qui témoigne de l'origine de l'aliment, encouragera les transformateurs d'aliments à acheter plus d'ingrédients canadiens, ce qui augmentera les revenus des producteurs. Si un étiquetage judicieux mène à une demande accrue d'aliments canadiens, cela pourrait aider l'industrie de la transformation alimentaire et créer plus d'emplois.

La dernière raison pour laquelle nous jugeons l'étiquetage important est qu'il pourrait réduire l'empreinte environnementale liée au transport des produits alimentaires en provenance d'autres pays. Ce transport sur de longues distances a une incidence considérable sur le changement climatique et sur la concentration des polluants atmosphériques. Le secteur des transports représente le quart des émissions de gaz à effet de serre au Canada. De plus, plus les distances sont grandes, plus on augmente le nombre de produits chimiques, le recours à l'irradiation et à la transformation pour réduire les pertes avant l'arrivée des produits sur le marché.

● (0930)

Puisque nous représentons une association multisectorielle et que nous ne sommes pas des spécialistes de l'étiquetage alimentaire, nous vous ferons des recommandations d'ordre général. Nous estimons qu'il faudrait modifier les règlements sur l'étiquetage des aliments en travaillant avec les intervenants principaux.

Voici nos recommandations principales.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral crée un système d'étiquetage du pays d'origine pour les ingrédients principaux et les matières premières utilisés dans tous les produits

transformés vendus au Canada. Cela donnera aux consommateurs des renseignements utiles pour prendre des décisions éclairées.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral élabore des règlements régissant l'utilisation de l'étiquette « Produit du Canada » comportant un pourcentage minimal pour ce qui est des ingrédients ou des matières premières de source canadienne. Nous croyons que l'étiquette « Produit du Canada » devrait se rapporter au contenu des aliments plutôt qu'au coût de l'emballage ou de la fabrication.

Nous recommandons que le gouvernement fédéral revoie son système de classement pour que seuls les produits conformes au critère « Produit du Canada » puissent utiliser le mot « Canada » dans leur nom de classement. Ainsi, dans le cas du miel, si le critère lié à l'utilisation de l'étiquette « Produit du Canada » est une teneur de 80 p. 100 de matières premières de source canadienne, alors le miel mélangé Billy Bee devrait contenir 80 p. 100 de miel canadien et 20 p. 100 de miel argentin pour qu'il puisse porter l'étiquette « Canada N° 1 ». Autrement, il porterait uniquement la mention « N° 1 ».

Nous recommandons que le gouvernement fédéral entreprenne une campagne de sensibilisation pour informer les consommateurs canadiens sur le contenu des étiquettes alimentaires et pour les encourager à acheter des produits canadiens.

Nous encourageons le gouvernement fédéral à étendre ses activités et ses programmes au-delà de la question de l'étiquetage.

En effet, il faudrait élaborer une stratégie de durabilité alimentaire nationale. En cultivant et en transformant plus d'aliments au Canada, nous comblerons davantage nos besoins alimentaires. Le gouvernement fédéral doit prendre des mesures à long terme en raison des coûts croissants du transport, des pénuries alimentaires mondiales et des exigences des consommateurs qui veulent des aliments sûrs. On peut y parvenir en donnant suite au cadre stratégique pour l'agriculture *Cultivons l'avenir* ou en prenant des initiatives horizontales faisant intervenir des ministères fédéraux.

Il faut stimuler et encourager la transformation alimentaire en réunissant les producteurs et les fabricants canadiens pour qu'ils puissent communiquer entre eux concernant les besoins et les occasions et pour continuer le travail effectué par les chaînes de valeur.

Il faut soutenir les initiatives alimentaires locales et les systèmes alimentaires qui permettent aux consommateurs, aux organismes communautaires et aux producteurs de travailler ensemble pour qu'il y ait plus de produits locaux.

Le gouvernement doit continuer de financer l'initiative de développement coopératif - Agriculture, l'IDC-Agri. Cette initiative fournit des services consultatifs, des occasions d'apprentissage et de renforcement des capacités pour les nouvelles coopératives agricoles à valeur ajoutée. Ce programme prendra fin en mars 2009. S'il se poursuit au-delà de cette date, il pourrait permettre à d'autres coopératives de démarrer.

Merci beaucoup de nous avoir donné l'occasion de vous faire part de notre point de vue.

● (0935)

Le président: Merci, monsieur Anderson.

Monsieur Jarvis, vous pouvez donner votre exposé maintenant.

M. Don Jarvis (président-directeur général, Association des transformateurs laitiers du Canada): Merci, monsieur le président.

Par égard aux membres du comité, je ne prendrai certainement pas plus de huit ou neuf minutes pour mon exposé.

Monsieur le président et membres du comité, les transformateurs laitiers sont heureux de pouvoir aider le comité dans le cadre de son étude sur la mention « Produit du Canada ». Nos membres sont d'accord pour dire qu'il faudrait offrir aux consommateurs canadiens le plus de renseignements possibles sur les étiquettes des aliments, d'une part, et que, d'autre part, seuls les aliments d'origine canadienne, y compris les produits laitiers, devraient porter la mention « Produit du Canada ».

Je veux vous parler un peu du secteur de la transformation des produits laitiers du Canada. Nous sommes le deuxième secteur en importance au sein de l'industrie de la transformation alimentaire, regroupant quelque 26 000 employés. Nous comptons presque 300 établissements de transformation agréés par le fédéral au pays produisant du lait de consommation, du fromage, du yogourt, de la crème glacée, de la crème sure, ainsi que divers autres produits laitiers.

Notre association compte parmi ses membres Saputo, une société ouverte, Agropur, la plus grande coopérative du pays, et Parmalat, une multinationale qui réussit bien sur le marché canadien. Ces trois sociétés transforment 75 p. 100 de tout le lait produit au pays. Nous représentons également Gay Lea, une grande coopérative ontarienne, Kraft Canada, les grandes coopératives de l'Atlantique, soit Scotsburn et Farmers, des fabricants de crème glacée comme Unilever Good Humor, les deux principaux fabricants de yogourt, à savoir Danone et Ultima, ainsi que des producteurs fromagers canadiens et internationaux.

Ensemble, ces entreprises achètent pour 4 milliards de dollars de lait produit par les producteurs laitiers du Canada et transforment le lait en des produits laitiers qui génèrent plus de 12 milliards de dollars sur le marché canadien. Bien sûr, nos clients sont les grands détaillants, le secteur des services alimentaires, le secteur industriel ainsi que d'autres transformateurs alimentaires au Canada.

Monsieur le président et membres du comité, la réglementation visant les produits laitiers est très claire pour ce qui est de la mention « Produit du Canada ». Elle exige que des renseignements précis, tels que les ingrédients et le lieu de fabrication, paraissent sur tous les produits laitiers canadiens. Le secteur de la transformation des produits laitiers du Canada déploie beaucoup d'efforts pour indiquer ces renseignements sur ses étiquettes. Permettez-moi de vous décrire brièvement ces exigences:

Tout produit laitier préemballé doit porter sur l'espace principal du contenant une étiquette —

— c'est le devant de l'étiquette —

— indiquant a) le nom usuel du produit laitier; b) une déclaration du procédé de fabrication figurant à proximité du nom usuel...; c) une déclaration de quantité nette, conformément aux Règlements sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation; d) une déclaration du pourcentage d'humidité et de matières grasses du lait dans le fromage cheddar; e) une déclaration du pourcentage de matières grasses du lait, dans le cas du lait partiellement écrémé en poudre, de la tartinaie laitière et du beurre réduit en calories; f) une déclaration du pourcentage de lait écrémé en poudre et de lactosérum en poudre, dans le cas du mélange de lait écrémé et de lactosérum en poudre et du mélange de lactosérum et de lait écrémé en poudre; g) une déclaration de la source du lait —

— c'est-à-dire le genre de produit laitier et la source, c'est-à-dire une vache, une brebis ou une chèvre.

Le devant de tout produit laitier canadien est soumis à quatre ou cinq spécifications et

k) le nom du pays d'origine, précédé des mots « Produit de », dans le cas du fromage cheddar importé en vrac et préemballé au Canada.

Ailleurs sur l'étiquette, pas sur l'espace principal ni sur le devant de l'emballage:

— tout produit laitier préemballé doit porter, ailleurs que sur le dessous du contenant, une étiquette indiquant a) la liste des ingrédients et de leurs constituants —

— conformément au règlement sur les aliments et drogues et aux règlements sur les produits laitiers —

... b) la date limite de conservation et les instructions relatives au stockage du produit laitier...; c) le nom du pays d'origine, précédé des mots « Produit de », dans le cas d'un produit laitier importé; d) les mots « Produit du Canada » dans le cas d'un produit préemballé et destiné à l'exportation.

... tout produit laitier préemballé doit porter, sur l'une des faces du contenant...

● (0940)

Il y a également une autre liste d'exigences très prescriptives, c'est-à-dire le numéro d'agrément, l'établissement où le produit laitier a été fabriqué, le numéro d'agrément de l'établissement dans lequel le produit laitier a été fabriqué, ainsi que d'autres spécifications, un numéro d'opération, un numéro de code et un numéro de lot identifiant avec précision l'unité de production du produit en question.

Enfin, on lit:

Les exigences d'étiquetage énoncées au présent article ne s'appliquent pas aux portions individuelles préemballées de produits laitiers qui sont vendues dans des distributeurs automatiques ou des cantines mobiles ou qui sont servies avec des repas ou des casse-croûtes par les restaurants ou autres entreprises commerciales [...].

Comme vous le voyez, les produits laitiers du Canada offrent déjà de nombreux renseignements aux consommateurs. De plus, notre association est d'avis que le paragraphe 5(1) de la Loi sur les aliments et drogues offre des dispositions suffisantes pour ce qui est des produits laitiers et des abus éventuels concernant des déclarations et des étiquettes indiquant « Produit du Canada ». De plus, le projet de loi C-51 dont est saisie la Chambre des communes actuellement, contient des modifications et vient clarifier et renforcer cette loi importante, notamment grâce à l'ajout du mot « origine ».

Pour conclure, nous sommes d'accord avec l'objectif de l'étude et du besoin éventuel de clarifier les lignes directrices afin que la mention « Produit du Canada » soit utilisée de façon uniforme pour tous les produits alimentaires.

J'ai terminé mon exposé. Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Jarvis.

Nous allons maintenant passer à une série de questions de sept minutes et je vais être ferme.

Monsieur Easter, vous allez commencer.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Merci, monsieur le président. Je remercie également les témoins d'être venus.

Don, ma première question s'adresse à vous. Je n'y avais jamais vraiment pensé auparavant, mais lorsqu'on va dans une épicerie, et ce n'est pas un endroit que je fréquentais beaucoup avant que nous commencions cette étude, les produits laitiers fournissent des renseignements beaucoup plus clairs. L'origine du produit est indiquée.

L'autre jour, j'ai apporté trois filets de porc à une réunion du comité. Deux filets étaient étiquetés correctement, mais pas le troisième, ce qui nous amène à la question de l'application de la loi.

Votre industrie est-elle concernée par les modifications éventuelles à la mention « Produit du Canada »? Je ne crois pas.

M. Don Jarvis: Non, pas vraiment. Je crois que les préoccupations visent plutôt d'autres secteurs, le secteur horticole, par exemple, et qu'il n'y a ni abus ni confusion dans le cas des produits laitiers, autant de la part des fournisseurs que des consommateurs.

Je vous dirais, cependant, que si vous apportez des modifications, il faudra être clair sur ce qui est obligatoire et sur ce qui est facultatif en ce qui concerne la mention « Produit du Canada ».

L'hon. Wayne Easter: Oui. Je suppose que nous verrons à mesure que nous avançons. Étant donné nos inquiétudes à propos de l'étiquetage selon le pays d'origine aux États-Unis — EPO —, je ne crois pas que nous envisageons de prendre cette voie-là. Ce que nous voulons vraiment, c'est la vérité sur les étiquettes et, comme d'autres l'ont déjà dit, on pourrait choisir ou ajouter une étiquette volontaire, « Aliments du Canada ».

J'aimerais dire à l'Association des coopératives du Canada que je crois que vous avez bien cerné le problème et c'est que, quoi que nous fassions à propos de l'étiquette « Produit du Canada »... Je crois que ce que nous essayons vraiment de dire, c'est que nous traitons du produit et de l'emballage, et les commentaires de Mike étaient très clairs là-dessus.

Avez-vous des suggestions quant à ce que nous pourrions faire avec une étiquette sur le classement? Je crois que les gens voudront savoir s'il s'agit d'un produit « Canada N° 1 » ou « Catégorie Canada ». J'avoue que ça porte vraiment à confusion. Lorsqu'on lit une étiquette qui contient le mot Canada, on suppose qu'il s'agit d'un produit canadien jusqu'à un certain point, et qu'il ne s'agit pas d'une étiquette sur le classement. Avez-vous des suggestions pour rendre ces étiquettes plus claires?

Je crois que vous avez suggéré « N° 1 », mais —

• (0945)

M. John Anderson: Je crois que nous devons séparer le mot « Canada » du classement. Évidemment, nous avons besoin d'un système de classement. C'est très important, mais je ne crois pas qu'on devrait permettre à des produits qui ne proviennent pas du Canada de porter l'étiquette « Catégorie Canada N° 1 »... Nous suggérons simplement « N° 1 ». On pourrait apposer une autre étiquette, en autant qu'on fasse la distinction entre les produits qui sont fabriqués au Canada à partir d'ingrédients cultivés et transformés au Canada, et les autres.

Je crois que c'est très important de séparer les deux et d'avoir un système de classement qui ne laisse pas sous-entendre que le produit est fabriqué au Canada à partir d'ingrédients produits au Canada. Nous ne sommes pas des experts dans l'étiquetage, mais il y a des façons différentes de procéder.

L'hon. Wayne Easter: Don nous a montré, je crois, qu'il y a beaucoup de différences entre ce qui est permis sur le devant du produit et ce qui est permis au dos du produit. Est-ce qu'on pourrait se servir de cela?

M. John Anderson: Oui, absolument.

Lynne, vouliez-vous répondre à la question?

Mme Lynne Markell (conseillère, Affaires gouvernementales et politiques publiques, Association des coopératives du Canada): Je crois qu'auparavant, le classement était encore plus important, mais il se peut que, compte tenu de la façon dont les consommateurs lisent les étiquettes aujourd'hui, la distinction entre une catégorie N° 1 ou une catégorie N° 2 ait moins d'importance. Je sais que selon les exigences plus strictes, le classement doit figurer sur le devant. Il se peut que nous ayons besoin du classement, mais

le classement pourrait se retrouver au dos pour que ça porte moins à confusion.

Alors, il y a deux éléments: l'endroit où on le retrouve sur l'étiquette, et si nous incluons ou non le mot « Canada ». Nous suggérons que l'on se serve de l'étiquette « Catégorie Canada N° 1, ou quelque chose du genre, seulement s'il s'agit d'un produit véritablement canadien, pour lier les deux.

L'hon. Wayne Easter: Merci.

J'ai une question pour John sur les demandes supplémentaires dans le secteur du boeuf. On nous dit souvent, et on nous demande souvent, de ne pas permettre de demandes supplémentaires. Je ne crois pas que le nombre de demandes supplémentaires ait augmenté au-delà du seuil depuis la question de la STbr. Qu'avez-vous à nous dire là-dessus, pour que nous soyons clairs?

M. John Masswohl: D'après ce que je crois savoir, depuis 2003, seulement deux demandes de permis d'importation supplémentaires ont été approuvées. Je crois que les deux ont été approuvées en 2004-2005 pour de très petites quantités. Je crois qu'il s'agissait d'une demi-tonne.

L'hon. Wayne Easter: Je crois que ni l'un ni l'autre d'entre vous avez dit que vous étiez pour ou contre des changements dans la définition de « Produit du Canada ». Est-ce que l'industrie du boeuf est d'accord sur les changements portant sur la définition de « Produit du Canada », tels que nous les envisageons?

M. John Masswohl: Je pense que oui. Je crois que nous avons essayé de dire que nous n'appuyons pas une définition fondée sur le pourcentage de la valeur.

Je vous donnerai un exemple. Disons que vous produisez 1 000 tonnes de boeuf haché et que cette quantité contient 800 livres de viande importée et peut-être 200 livres de boeuf paré canadien, et que la viande importée vaut 10 ¢ la livre et le boeuf paré canadien vaut 40 ¢ la livre; selon la façon canadienne de comptabiliser, vous pouvez avoir un produit qui contient de la viande importée à 80 p. 100, mais qu'on dit avoir une valeur canadienne de 60 p. 100. En effet, moins les ingrédients importés coûtent cher, plus il devient facile de respecter la norme.

Donc, nous croyons — probablement comme Mike l'a dit aussi — que c'est la transformation qui est importante, la transformation substantielle. Si vous prenez un animal importé, une vache importée, et que vous la convertissez en viande de boeuf, nous croyons qu'il s'agit d'une transformation substantielle. Nous croyons que les règles devraient refléter l'ampleur de la transformation et les changements du caractère essentiel du produit.

• (0950)

Le président: Votre temps est écoulé. Le temps file lorsqu'on s'amuse.

Monsieur Bellavance.

[Français]

M. André Bellavance (Richmond—Arthabaska, BQ): Merci.

Monsieur Masswohl, vous avez mis le doigt sur un point très intéressant. Vous avez dit, lors de votre témoignage, qu'on trouvait encore du boeuf importé avec lequel on pouvait faire des mélanges, et qu'on pouvait tout de même apposer l'étiquette « Canada » sur le produit final. Ce qui me surprend, c'est que vous suggérez quand même — et c'est la même chose du côté des producteurs de poulet et de M. Dugate — que la norme ne soit pas obligatoire.

Tout en dénonçant le fait qu'on puisse apposer des étiquettes « Canada » sur des produits qui, dans bien des cas, sont très peu canadiens en réalité, vous dites qu'il faut quand même laisser à l'industrie la latitude d'apposer ou non l'étiquette « Aliment du Canada ». D'ailleurs, on est encore en train de discuter de ce qu'on va inscrire: « Produit du Canada » ou « Aliment du Canada ».

Je suis surpris. Au Québec, le fait que la norme doive être obligatoire semble faire l'unanimité chez les associations de producteurs. Si on ouvre la porte à la possibilité de l'apposer ou non, encore une fois, le consommateur ne s'y retrouvera probablement pas. Il risque encore d'être confus en voyant l'étiquette d'un produit, sans compter qu'il y a aussi les catégories comme « Canada A1 », etc.

Je me demande quel serait l'avantage d'une norme qui ne serait pas obligatoire. Qui pourrait avoir intérêt à ce que ce ne soit pas écrit « Aliment du Canada » lorsque c'en est un? Lorsque ce n'en est pas un, il devrait être écrit que c'est un aliment qui a été produit ailleurs. J'aimerais que vous m'expliquiez votre position. Pour ma part, j'y vois une contradiction.

Monsieur Dungate, j'aimerais aussi connaître votre opinion là-dessus.

[Traduction]

M. John Masswohl: Dans le contexte que j'ai présenté au tout début, la plus grande partie de la viande de boeuf au Canada est canadienne, et la plus grande partie de cette viande provient d'animaux produits au Canada.

Nous voulions qu'il y ait deux niveaux: « Produit du Canada » et « Aliments du Canada ». Cela sous-entend du travail pour retracer les origines et des coûts. C'est pour cela que nous pensons que tout ce qui provient d'une usine canadienne de transformation — et 99,8 p. 100 de ces produits sont canadiens, depuis leurs origines — devrait porter la mention « Produit du Canada ». Si quelqu'un veut encourir des coûts supplémentaires et déterminer quels animaux sont nés au Canada et retracer ces animaux jusqu'à la ferme, nous sommes certainement en faveur que ces produits puissent porter la mention « Aliments du Canada ». Le problème est d'identifier tous les morceaux différents d'un animal dans l'usine de transformation, car ces morceaux vont dans des directions différentes et vont vers des lignes de production différentes. En bout de ligne, aussitôt qu'on commence à rendre les choses obligatoires, on perd de la valeur. Si ces produits ont un avantage sur le marché, on perd cette valeur en rendant l'étiquette obligatoire.

Un autre élément, qui est peut-être différend dans les secteurs soumis à la gestion des approvisionnements, c'est le fait que nous devons faire concurrence dans un environnement ouvert. Nous devons faire concurrence à des produits importés. Nous exportons environ 60 p. 100 de notre production, et nous devons faire concurrence dans un marché mondial. Nous acceptons l'idée de faire concurrence, et c'est pourquoi nous ne voulons pas créer des règlements obligatoires qui ajouteraient des coûts.

Je crois que là où il y a le plus de confusion... J'ai ici une image d'une marque d'inspection canadienne. Toute viande transformée au Canada doit porter cette marque pour qu'elle puisse être vendue. Il s'agit simplement d'un cercle avec une couronne et le mot « Canada » à l'intérieur. Si la viande provient d'Amérique du Sud et qu'elle est transformée ici, elle doit porter cette marque. Je crois que nous aimerions concentrer nos efforts pour faire connaître la signification de cette marque, ou même peut-être pour modifier la marque elle-même pour que son sens devienne plus clair.

[Français]

M. André Bellavance: Monsieur Dungate, pourriez-vous nous dire pourquoi vous ne prônez pas une norme obligatoire en matière d'étiquetage?

M. Mike Dungate: Notre préoccupation porte plutôt sur le fait que des produits importés peuvent être étiquetés comme étant des produits du Canada. À notre avis, l'intérêt du consommateur n'est pas de savoir de quel pays exactement provient un produit, mais de faire la différence entre un produit du Canada et un produit importé.

Si c'est volontaire, il est possible d'utiliser l'étiquetage « Produit du Canada ». De notre côté, on demande qu'il soit obligatoire de répondre à toutes les exigences pour inscrire « Produit du Canada » sur une étiquette. Telle est l'obligation. Il n'est pas obligatoire de dire qu'il s'agit d'un produit importé d'un certain pays.

Est-ce clair?

• (0955)

M. André Bellavance: Oui, mais si la norme n'est pas obligatoire, qu'est-ce qu'on va écrire sur l'étiquette? Un gouvernement ne peut pas adopter des normes qui laissent, encore une fois, la porte ouverte à un étiquetage vague. Telle est mon inquiétude.

M. Mike Dungate: Je vais y réfléchir. Je n'avais pas pensé à cela, à un écart entre les deux. Mais il ne fait pas de doute qu'il est nécessaire pour nous qu'on s'assure qu'un produit étiqueté « Produit du Canada » est vraiment un produit du Canada.

M. André Bellavance: Monsieur Anderson, votre organisation prône-t-elle une norme obligatoire?

M. John Anderson: Nous n'avons pas de position sur cette question parce que certains de nos membres favorisent une méthode volontaire, alors que d'autres seraient plus favorables à ce qu'il y ait quelque chose de formel.

Je suis d'accord avec M. Dungate que le plus important, c'est de s'assurer que « Produit du Canada » ait une signification très claire. Actuellement, ce n'est pas le cas. La première chose qu'on exige du comité, c'est que cela soit clarifié. Actuellement, les coopératives qui produisent des produits du Canada ne peuvent pas être assurées qu'elles pourront marchander leurs produits auprès de consommateurs qui savent qu'il s'agit d'un produit entièrement fait au Canada, parce que leurs produits sont en compétition avec d'autres produits sur lesquels on peut retrouver des étiquettes indiquant non seulement leur provenance, mais aussi des étiquettes telles que « Canada no 1 », etc.

Je pense que c'est la première chose qu'il faut clarifier. Les autres questions sont aussi importantes. Je pense de plus que cela dépend des différentes industries. Cette question importante touche aussi des produits tels que les produits laitiers, des produits du boeuf, etc., à savoir s'il s'agit bien de tels produits.

[Traduction]

Le président: Monsieur Miller, c'est votre tour.

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

Merci à tous les témoins d'être venus aujourd'hui. Je m'intéresse beaucoup à cette question et je travaille là-dessus avec des groupes locaux d'agriculteurs depuis la fin des années 70. J'ai toujours pensé qu'il fallait avoir plus de vérité sur les étiquettes. Je crois qu'enfin nous sommes sur la bonne voie.

John, je voulais continuer dans la même veine de M. Easter. Je veux bien comprendre la position des producteurs de boeuf. Vous avez parlé des mélanges avec des produits américains moins chers. Les produits contiennent 80 p. 100 de produits importés, mais si les produits canadiens étaient plus...

Je veux juste savoir si les producteurs de boeuf veulent que le contenu soit canadien — peu importe la valeur monétaire — pour que le produit puisse être appelé produit du Canada. Est-ce exact?

M. John Masswohl: C'est exact. Si vous utilisez l'appellation canadien, le produit doit être canadien.

M. Larry Miller: Oui. En gros, êtes-vous en train de dire, pour fins de discussion, que si la majorité du contenu est... donc 51 p. 100 ou plus?

M. John Masswohl: Je ne suis pas certain si vous parlez d'un pourcentage de la valeur.

M. Larry Miller: Non, je parle d'un pourcentage du produit.

M. John Masswohl: Je ne parle même pas de pourcentage. Dans l'exemple que j'ai utilisé, lorsqu'il y a du boeuf haché qui contient du boeuf haché importé, le produit n'est pas canadien, donc on ne peut pas dire qu'il est canadien, point final. C'est notre position à ce sujet.

Personne n'en a encore parlé, mais je pense qu'on pourrait utiliser la mention « Transformé au Canada », si vous pensez aller dans cette direction. Premièrement, nous disons que si on utilise les étiquettes, cela doit être volontaire. Mais si l'on décide d'étiqueter quelque chose comme étant canadien, il faut que le produit soit canadien, et les normes pour avoir droit à l'étiquette Canadien doivent être connues.

• (1000)

M. Larry Miller: Vous dites donc que le produit doit être totalement canadien.

M. John Masswohl: Il faut qu'il soit devenu de la viande de boeuf au Canada.

M. Larry Miller: Je ne suis pas sûr de comprendre.

M. John Masswohl: Je fais la différence entre le bétail et la viande de boeuf.

M. Larry Miller: Dites-vous qu'il faudrait que ce soit entièrement de la viande de boeuf canadienne?

M. John Masswohl: Si l'on parle de boeuf cru, qui se retrouve au chapitre 2 du système tarifaire, il faut que cela soit uniquement de la viande de boeuf canadienne, qui ne provient pas nécessairement de bétail canadien, mais de la viande de boeuf canadienne.

M. Larry Miller: Bien. Nous allons passer à l'autre sujet, l'étiquetage volontaire ou obligatoire. André vient d'en parler. Bien que je penche un peu vers l'étiquetage obligatoire, d'après ce que nous venons de discuter, il serait très irresponsable de la part des organisations ou des producteurs canadiens de ne pas étiqueter leurs produits et d'en être fiers, donc je pense que la situation se réglera d'elle-même.

En même temps, je sais que des gens comme moi, et comme André et d'autres, surveilleront la situation afin de s'assurer que les choses se déroulent comme prévu. Avec un étiquetage volontaire, je pense que les choses se feront d'elles-mêmes. Essentiellement, ce qui devrait se passer en gros, c'est que tout produit qui ne sera pas étiqueté n'aura pas été élevé au Canada ou ne sera pas un produit du Canada. Les gens devraient être en mesure de comprendre cela, si nous sensibilisons la population.

M. Anderson, vous avez parlé d'utiliser une étiquette sur le devant, je crois que c'était « Produit du Canada », ou autre chose, à l'avant du produit, et ensuite le pays d'origine à l'arrière, ce qui crée de la confusion. Un consommateur pourrait regarder le devant du produit, pas l'arrière, ou vice versa. Dans ce cas, l'étiquette ne pourrait-elle tout simplement pas comprendre les deux situations? Avez-vous des commentaires à faire à ce sujet?

M. John Anderson: Je pense qu'à l'heure actuelle, c'est certainement une source de confusion, mais comment régler la situation? Il y a différentes façons de le faire, en autant que la population sache ce que signifient ces différentes étiquettes. Il doit être clair qu'une étiquette « Produit du Canada » signifie que la plus grande partie, et on ne dit pas combien, mais certainement plus de 50 p. 100 du contenu de ce produit, doit être canadien. Il faut que cela soit clair. Il faudra faire une campagne de sensibilisation à ce sujet pour que la signification de l'étiquette soit claire.

Il y a peut-être de nombreux produits dont la plus grande partie du contenu est canadien. Ils contiennent peut-être certains ingrédients importés, mais ça va tant que les gens savent que les ingrédients principaux du produit, et non pas le poivre que l'on ajoute, ou quelque chose de semblable, sont canadiens. Il faut que cela soit évident, pour que le consommateur qui achète ce produit ait confiance que le produit est canadien si c'est ce qu'il voit sur l'étiquette du devant.

S'il faut offrir plus de détails au consommateur, ils peuvent se retrouver sur l'étiquette arrière.

M. Larry Miller: Bien.

Vous venez de parler d'un point dont Mike avait parlé plus tôt, c'est-à-dire que les consommateurs aujourd'hui veulent savoir d'où provient leur nourriture. Nous connaissons tous les problèmes et la crise que vit le secteur du bétail actuellement, et les citoyens de ma circonscription veulent appuyer l'agriculture. Ce qu'on nous dit, c'est que la seule façon qu'ils pensent pouvoir le faire — du moins une des façons les plus évidentes, comme ils me le disent continuellement —, c'est que s'ils savent que le produit est fabriqué au Canada, il est clair qu'ils vont l'acheter. C'est ce que j'entends, et je le crois. Je pense que les consommateurs aujourd'hui veulent le faire, et c'est pourquoi je pense que cette question est très importante.

Mike, vous avez parlé de « Produit au Canada » et d'« Aliment du Canada » avec plus de détails. Vous avez parlé du chiffre de 20 p. 100 qui figure au chapitre 16, et ensuite vous avez parlé des chapitres 18, 19 et 20. Pourriez-vous en parler un peu plus, s'il vous plaît?

M. Mike Dugate: Pour nous, il faut en revenir à la caractéristique essentielle du produit. Si l'on se promène dans une allée d'épicerie, franchement, ce qui représente un défi pour l'industrie de la viande en général, c'est que même s'il s'agit d'un produit emballé, la plupart sont vendus parce que c'est de la viande et ensuite, pour ce qu'on y a ajouté.

Bien sûr, lorsqu'on parle d'un produit constitué surtout de viande... C'est ce dont parle le chapitre 16. On dit qu'une grande partie est vendue parce que c'est un produit de la viande, non pas parce que c'est une pizza ou un pâté impérial qui contient du poulet ou du boeuf ou bien un taco fourré avec un autre produit. Ces produits se retrouvent dans les chapitres 18, 19, 20 et 21. Ce sont des préparations alimentaires, et d'après nous, la plus grande partie de la valeur du contenu suffirait dans ces cas.

Mais si l'on vend le poulet ou le boeuf ou autre chose d'un produit de viande, il nous semble qu'il faudrait qu'il y ait la plus grande partie non seulement de la valeur totale du produit, mais également du contenu de viande qu'on retrouve dans le produit. C'est comme un critère double.

• (1005)

Le président: Merci.

Je sais qu'Alex a dû partir pour se rendre à la Chambre. Il reviendra, et nous lui offrirons un tour de parole de sept minutes lorsqu'il reviendra, si les membres du comité sont d'accord.

Nous allons continuer avec des tours de cinq minutes.

Allez-y, monsieur St. Amand.

M. Lloyd St. Amand (Brant, Lib.): Merci beaucoup monsieur le président, et merci à tous les témoins d'être ici pour discuter avec nous ce matin.

Monsieur Dungate, dans votre mémoire, vous dites au dernier paragraphe de la page 1, et je ne crois pas que cela soit une faute de frappe, que « l'ACIA continue de conclure des accords vétérinaires ». Il ne s'agit pas d'accords « volontaires ». Qu'est-ce que des accords vétérinaires?

M. Mike Dungate: Les accords vétérinaires sont le moyen par lequel l'ACIA approuve le système d'inspection d'un autre pays et ce pays approuve notre système d'inspection.

Ce qui pose problème pour nous, c'est qu'on ne nous consulte pas quant aux pays et aux processus mis en place, et à l'évaluation du risque dans ces pays. Alors que nous parlons de salubrité des aliments agricoles au Canada, et que la population veut de plus en plus savoir quelles sont les pratiques agricoles, du point de vue du bien-être de l'animal ou de la salubrité des aliments, et alors que nous approuvons ce qui ne constitue pas réellement un système dans d'autres pays...

M. Lloyd St. Amand: Cela me donne une assez bonne idée. Bien.

Cette question-ci s'adresse à tous. Il va sans dire que le Canada veut et devrait être à l'avant-garde en matière d'étiquetage. Si on compare le Canada aux autres pays, surtout aux pays européens, dans quelle mesure nos étiquettes sont-elles précises par rapport à celles de la Norvège, de la Suède, etc.? Est-ce que l'un d'entre vous peut répondre?

Bien.

Monsieur Jarvis, j'aimerais que vous m'en disiez plus long sur l'étiquetage au Canada. Vous avez évoqué la situation actuelle. Vous avez donné l'exemple du cheddar et vous reconnaissez que des mesures s'imposent; vous êtes donc d'accord avec le comité qui étudie ce dossier. Pour revenir à votre proposition ou suggestion, ne craignez-vous pas que ce qu'on propose serait trop poussé et ferait en sorte qu'il y aurait trop d'informations sur l'emballage? Avez-vous des inquiétudes à ce sujet?

M. Don Jarvis: Ce que je voulais dire dans mes remarques liminaires, c'est que, en ce qui a trait aux produits alimentaires en général et aux exigences qui s'y appliquent au Canada, les informations qu'on exige sont déjà considérables. J'ai ensuite décrit les exigences s'appliquant plus particulièrement aux produits laitiers, exigences qui sont encore plus rigoureuses et normatives que celles qui s'appliquent aux produits alimentaires en général. Voilà où je voulais en venir. Je voulais simplement mettre le comité et le gouvernement en garde: si on veut prévoir des exigences encore plus précises et normatives, on doit être très prudents, car les étiquettes des aliments portent déjà énormément d'information.

Deuxièmement, les consommateurs cherchent beaucoup d'informations, mais chaque consommateur cherche certains renseignements particuliers, pas précisément... Peut-être veulent-ils connaître la valeur nutritive. Il est actuellement exigé qu'on donne les informations sur la valeur nutritive au dos de l'emballage et il faut prévoir un espace sur l'étiquette pour cela. Il faut aussi dresser la liste des informations par ordre de priorité, selon ce que le consommateur désire le plus savoir. Le producteur ou le transformateur d'un produit alimentaire, surtout d'un produit laitier, veut décrire les bienfaits de son produit et aller au-delà de ce qu'exige le règlement pour les produits laitiers, par exemple. Le consommateur s'intéresse à d'autres renseignements. Il aime bien avoir des recettes ou des indications sur la façon de préparer ou de consommer le produit. Il est de plus en plus rare qu'on voit des recettes sur les produits, car il n'y a pratiquement plus d'espace sur les emballages pour ces recettes.

• (1010)

M. Lloyd St. Amand: Êtes-vous d'accord avec moi pour dire que parmi tous les renseignements que le consommateur veut connaître, celui qu'il tient le plus à connaître, c'est la provenance du produit. N'est-ce pas l'information la plus recherchée?

M. Don Jarvis: Oui. Comme j'ai tenté de l'expliquer dans mon exposé, s'il s'agit d'un produit laitier importé, sa provenance sera clairement indiquée. On indiquera sur l'étiquette si le produit vient de France, d'Italie ou des États-Unis. C'est alors très clair que c'est un produit importé.

Le président: Madame Skelton, vous avez la parole.

L'hon. Carol Skelton (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC): J'ai beaucoup de questions à poser.

Le président: Vous n'avez que cinq minutes.

L'hon. Carol Skelton: Monsieur Jarvis, vous avez évoqué le projet de loi C-51, mais je n'ai pas bien compris ce que vous avez dit à ce sujet. Je crois vous avoir entendu dire que le nouveau règlement prévu au projet de loi C-51, le nouveau projet de loi sur les aliments, vous sera utile. Vous ai-je bien compris?

M. Don Jarvis: J'ai fait mention de la Loi sur les aliments et drogues actuelle et du règlement. Le projet de loi C-51 ajoute un élément important au paragraphe 5(1) de la loi. Je crois qu'on a prévu cet ajout pour répondre aux préoccupations soulevées par le comité. Le paragraphe 5(1) dit:

Il est interdit de fabriquer, de traiter, d'étiqueter, d'emballer, de vendre ou d'importer pour vente un aliment — ou d'en faire la publicité — d'une manière fautive, trompeuse ou mensongère ou susceptible de créer une fausse impression quant à sa nature, sa valeur, sa quantité, sa composition, ses avantages, son innocuité ou son origine.

Je crois qu'on a ajouté le mot « origine ».

L'hon. Carol Skelton: C'est bien.

La viande canadienne porte une marque. Pour le poulet transformé, qu'en est-il?

M. Mike Dungate: C'est la même chose. C'est régi par le règlement sur l'inspection des viandes. John doit apposer sa marque comme importateur. Si le poulet est transformé en usine, le numéro de l'établissement figurera au bas.

L'hon. Carol Skelton: Au bas, c'est exactement pareil.

M. Mike Dugate: C'est ce qui nous indique d'où vient le produit. Vous devez ensuite faire une recherche sur le site Web de l'ACIA. Nous, du secteur, nous pouvons trouver à quoi ça correspond très rapidement, mais je ne crois pas qu'un consommateur puisse trouver facilement d'où vient le produit à partir de ce numéro.

L'hon. Carol Skelton: C'est justement l'autre question que je voulais vous poser.

Je n'ai pas regardé si l'étiquette des produits laitiers porte la même marque.

M. Don Jarvis: Non, mais comme je l'ai indiqué, le numéro de l'établissement doit figurer sur l'emballage.

Nous avons récemment passé en revue les produits laitiers qui représentent une gamme très variée à l'heure actuelle. On voit facilement que l'adresse du site Web et le numéro 1-800 du fabricant figurent dorénavant sur bon nombre de nos produits. Ces numéros sont accessibles 24 heures par jour. Si un consommateur a des questions particulières sur un produit, il est facile pour lui de communiquer avec ces entreprises pour obtenir un complément d'information. Toutefois, l'espace est limité sur une étiquette.

L'hon. Carol Skelton: Oui, je comprends. C'est très intéressant.

J'aime bien que le poulet soit traçable. Je constate que le secteur y travaille depuis de nombreuses années. Certains de nos éleveurs de bétail ne semblent pas aussi chaud à cette idée. Mais moi, cela me plaît beaucoup et j'estime que le secteur de la volaille a fait de l'excellent travail à ce chapitre.

John, vous avez dit qu'il n'est pas obligatoire que le bétail soit canadien mais que la viande de boeuf, elle, doit l'être. Pourriez-vous m'expliquer ce que vous entendiez par là?

• (1015)

M. John Masswohl: Que tout est envisagé du point de vue de la réglementation canadienne. Voulons-nous nous faire face à une réglementation semblable dans d'autres pays? Comme je l'ai dit, nous exportons quelque 1,3 million de têtes de bétail aux États-Unis par année. En 2007, nous en avons importées un peu plus de 5 000. En 2006, nous avons importé un peu plus de 7 000 têtes de bétail. Le nombre de têtes de bétail importées au Canada est négligeable. Presque tout le boeuf provenant des usines de transformation de la viande canadienne provient d'animaux nés au Canada. La question est donc de savoir où se trouve la rentabilité dans tout cela.

L'hon. Carol Skelton: Bien. Je vous remercie d'avoir apporté ces précisions, parce que beaucoup de gens ne comprennent pas cela et ça me semble fondamental.

Monsieur le président, on ne nous a pas remis l'étude réalisée en 2007 par l'ACIA dans notre trousse, n'est-ce pas? M. Anderson a parlé de l'étude de 2007 de l'ACIA sur la mention « Fabriqué au Canada », n'est-ce pas?

Le président: Je ne crois pas que ce rapport a été distribué.

M. John Anderson: Oui.

L'hon. Carol Skelton: Pourrions-nous avoir ce document, je vous prie? J'aimerais bien le lire.

Le président: Nous le distribuerons.

L'hon. Carol Skelton: Monsieur Anderson, vous avez évoqué la nécessité d'améliorer le régime de classement. Pourriez-vous nous en dire un peu plus long à ce sujet?

M. John Anderson: Le système de classification actuel prête à confusion. D'abord, on y trouve le mot « Canada », et cette désignation doit être apposée sur l'étiquette de bien des produits. Il y

a donc confusion avec l'origine du produit. Bien des consommateurs ne sont pas assez bien informés pour faire la distinction entre « Produit du Canada » et « Canada n° 1 » sur les étiquettes, et ainsi de suite.

Je crois qu'il faut faire une distinction entre la désignation « Produit du Canada » et le système de classification, pour qu'il soit très clair que le système de classification est un système qui évalue la qualité, pour des raisons de santé, etc. Il faut le conserver. Cependant, il faudrait éviter de faire un lien avec l'origine du produit. Et si nous voulons employer le mot « Canada » sur une étiquette, nous sommes d'avis qu'il faut que cette utilisation soit liée à un produit canadien.

Le président: Merci. Votre temps est écoulé.

M. Atamanenko est de retour à la table. Nous allons donc lui accorder ses sept minutes.

M. Alex Atamanenko (Colombie-Britannique-Southern Interior, NPD): Merci beaucoup. Je m'excuse de vous avoir quitté. J'ai dû déposer un projet de loi d'initiative parlementaire qui porte sur l'eau, imaginez.

J'ai une question, principalement pour John, mais aussi pour Lisa, et vous. En vertu de l'ALENA, l'origine de l'abattage veut dire « Produit du Canada ». Est-ce exact? Si un animal est abattu au Canada, il s'agit actuellement d'un « Produit du Canada ». Est-ce exact?

M. John Masswohl: Les règles d'origine en vertu de l'ALENA sont fondées sur un changement de tarif. La classification d'un animal sur pied se trouve dans le chapitre 1 du tarif; la classification de la viande crue se trouve dans le chapitre 2 du tarif. En vertu de l'ALENA, si vous changez de chapitre, si vous transformez un animal importé en viande, la viande prend l'origine du pays où la transformation a eu lieu.

M. Alex Atamanenko: Donc jusqu'à maintenant, j'imagine, si des animaux canadiens étaient abattus quelque part aux États-Unis, on pourrait dire « Produit des États-Unis » sur l'étiquette.

M. John Masswohl: Et c'est justement notre argument à propos de l'étiquetage américain indiquant le pays d'origine et la raison pourquoi nous croyons que cet étiquetage américain va à l'encontre de l'ALENA. Selon nous, si un animal canadien est abattu aux États-Unis, la viande est américaine.

M. Alex Atamanenko: Donc, désormais, l'étiquetage indiquant le pays d'origine modifie tout cela. Les Américains veulent tout changer.

M. John Masswohl: C'est la proposition à l'heure actuelle, et c'est la raison pour laquelle nous estimons que l'EPO contrevient à l'ALENA.

M. Alex Atamanenko: Alors que pouvons-nous faire face à une telle situation? Devrions-nous faire quelque chose d'analogue ici, ou pas?

M. John Masswohl: Je ne pense pas qu'il serait approprié de réagir à une violation de nos droits commerciaux en enfreignant le même accord. Nous croyons que le gouvernement du Canada devrait contester cette loi américaine et, nous l'espérons, obtenir la création d'un groupe spécial qui forcerait les Américains à respecter cette mesure.

M. Alex Atamanenko: Dans l'industrie de la volaille, monsieur Dungate, à l'heure actuelle 94 p. 100 de notre production reste au Canada et 6 p. 100 est exportée. Est-ce exact? Le Canada est le neuvième importateur de volaille dans le monde, et cela doit évidemment s'inscrire dans les 5 ou 7,5 p. 100 avant de se retrouver dans les tarifs hors contingent.

Environ quel pourcentage de notre consommation est nationale et combien est importée?

• (1020)

M. Mike Dungate: Grosso modo, pour ce qui est de notre consommation au pays, entre 91 et 92 p. 100 environ vient de source nationale et le reste vient des importations. Il n'y a eu que deux importations supplémentaires de viande de boeuf depuis 2003, mais dans le domaine de la volaille, il y a des importations supplémentaires chaque année, pendant toute l'année.

M. Alex Atamanenko: Est-ce que les importations sont identifiées? Est-ce que le système est pareil que celui dans l'industrie du bétail, c'est-à-dire que si des animaux sont abattus au Canada...? Si nous importons des poulets et qu'ils sont transformés au Canada, est-ce que cela veut dire qu'on indiquerait « Produit du Canada » sur l'étiquette? Comment fonctionne le système? Ou est-ce que nous importons des poulets vivants?

M. Mike Dungate: Nous n'importons pas de poulets vivants. Les gens peuvent importer ce qu'ils veulent, donc ils importent le produit avec la plus grande valeur, et ce ne serait pas des poulets "vivants".

Ils peuvent le faire s'ils veulent. Oui, on peut importer de la viande, la mélanger à un produit, et ensuite mettre l'étiquette « Produit du Canada » sur le produit. C'est là où on parle du coût total et de la valeur ajoutée. Si on ne fait qu'importer cette viande pour la commercialiser comme ça, à notre avis, on ne peut pas mettre l'étiquette « Produit du Canada ».

M. Alex Atamanenko: Est-ce le cas maintenant? Si les poitrines de poulet, par exemple....

M. Mike Dungate: On les importe rarement à cette fin. On les importe d'habitude pour ensuite les ajouter à un autre produit de transformation; on ajoute de la valeur ici. A propos de cette valeur, nous sommes d'avis qu'il faut l'augmenter à un certain niveau pour en faire un produit du Canada. Je crois que quelqu'un a donné l'exemple du poivre, si vous en ajoutez un petit peu, nous ne jugeons pas que ce sera suffisant.

M. Alex Atamanenko: Est-ce que quelqu'un d'autre veut faire un commentaire — monsieur Anderson, madame Markell, monsieur Jarvis — sur cet aspect?

Mme Lynne Markell: Sur la question de la viande? Non.

M. Alex Atamanenko: C'est tout, je n'ai plus de questions.

[Français]

Le président: Madame Thi Lac, vous disposez de cinq minutes.

Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac (Saint-Hyacinthe—Bagot, BQ): Bonjour à tous. J'aimerais vous poser deux questions.

La première s'adresse à M. Jarvis. Certains des témoins qui sont venus ici se posent des questions sur des produits comme le yogourt. Comment décidera-t-on d'apposer l'étiquette « Produit du Canada » puisque, à la base, le yogourt est fait de lait non importé et de produits dérivés comme le café ou les petits fruits, qui peuvent être importés? Quelle seraient les normes pour que l'on puisse indiquer qu'un yogourt est un produit du Canada?

Ma deuxième question porte sur la terminologie à employer. Les expressions mentionnées sont, notamment, « Produit au Canada »,

« Aliment du Canada » et « Produit du Canada ». Il y a plusieurs années, l'étiquetage sur la plupart des produits était assez vague et nébuleux. À l'heure actuelle, on voit à l'endos des produits la teneur en sodium, en gras trans ou en apport calorique. Cela aide énormément les consommateurs à faire des choix santé ou des choix éclairés. On sait toutefois que dans les restaurants, ces informations ne sont pas indiquées dans les menus. Les gens disent toujours que les choix santé sont plus difficiles à faire dans les restaurants, car il s'agit de normes volontaires. Pour certains aliments dans des restaurants, on écrira « choix santé » ou « sans OGM ». Cela indique qu'il n'y en a pas, c'est clair, mais cela veut-il dire que si cela n'est pas écrit, l'aliment en question en contient?

N'avez-vous pas peur que le fait que les normes soient volontaires amène ce genre de confusion? Si on écrit « Produit du Canada », il s'agit d'un produit du Canada, mais si ce n'est pas écrit, cela veut-il nécessairement dire qu'il ne vient pas d'ici? Il pourrait même être désavantageux qu'un produit fait ici ne soit pas identifié comme un produit du Canada, alors qu'il s'agit d'une norme volontaire. Je me demande s'il ne serait pas plus juste d'indiquer, par exemple, « Importé d'Italie et emballé au Canada ». Il est possible que cela reflète mieux la réalité et éclaire le consommateur sur les choix et les achats qu'il fait.

• (1025)

[Traduction]

M. Don Jarvis: Monsieur le président, est-ce que je peux commencer à répondre?

Parlons tout d'abord du yogourt. C'est devenu un produit vedette de l'industrie laitière. Il a connu une croissance de 5 à 10 p. 100 par an depuis une quinzaine d'années; les consommateurs canadiens montrent, qu'en choisissant le yogourt comme produit laitier, qu'ils s'intéressent aux ingrédients du lait.

Je dirais que probablement 100 p. 100, sinon 99,9 p. 100 du yogourt vendu au Canada est fabriqué au Canada. La transformation se fait au Canada. Pour les ingrédients, c'est un peu plus complexe. Le yogourt peut contenir du sucre, des saveurs et des fruits. Il peut contenir des cultures bactériennes actives, et pour l'essentiel, ces éléments sont importés. Nombre de ces ingrédients, très importants dans la fabrication du yogourt, même s'ils sont en faible quantité, sont importés.

Les probiotiques, les cultures bactériennes actives qui stimulent considérablement la demande de yogourts de la part des consommateurs, sont importées. Il est impossible de savoir si un produit comme le yogourt, d'une importance capitale pour l'industrie laitière, est 100 p. 100 canadien parce qu'on exige 100 p. 100 des ingrédients canadiens pour apposer l'étiquette obligatoire « Produit du Canada ».

Voilà le genre de problèmes que l'on rencontre dès qu'on envisage de désigner un article comme « produit du Canada », et c'est pourquoi il faut être très prudent avant d'opter pour une exigence obligatoire par rapport à une exigence facultative.

Le président: Merci.

Il ne reste qu'environ cinq secondes, et je donne donc maintenant la parole à M. Storseth. C'est à vous.

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

Je tiens à remercier les témoins de leur présence parmi nous. Cette discussion sur le « Produit du Canada » me semble très intéressante.

Monsieur Masswohl et madame Mina, votre organisme a deux objectifs essentiels, soit de stimuler la vente du boeuf canadien dans le monde entier et au pays, et de sensibiliser les Canadiens à la qualité du boeuf canadien.

Pensez-vous que le système actuel d'étiquetage soit suffisant pour vous permettre de réussir? Souhaitez-vous un renforcement du système, ou pensez-vous qu'il faudrait envisager autre chose?

Mme Lisa Mina: Comme je l'ai indiqué, je pense que le système actuel d'étiquetage permet le choix volontaire dans l'utilisation de la motion « Produit du Canada ». Nous avons adopté cette approche volontaire pour créer une marque correspondant au boeuf canadien afin de renforcer les communications entourant le choix du boeuf canadien. Nous considérons que l'étiquetage nous permet d'adopter cette approche volontaire, ce que nous avons fait, et nous améliorons la commercialisation du produit.

M. John Masswohl: Nous considérons qu'il faudrait mettre à jour la définition du « Produit du Canada, où l'on prend actuellement en compte 51 p. 100 de la valeur du produit, et qu'il faudrait davantage considérer la transformation du produit; évidemment, il faut aussi tenir compte de la sensibilisation.

M. Brian Storseth: Je suis totalement d'accord avec vous. Les facteurs économiques ne sont pas les seuls à entrer en ligne de compte. Pour l'ensemble de la population, la sécurité doit également être considérée. En matière d'étiquetage, les risques de fraude et l'authenticité de l'information sont importants.

Mais j'aimerais être plus précis, car d'autres témoins nous ont fait des recommandations sur les mentions « Produit du Canada », « Cultivé au Canada », « Élevé au Canada », « Fabriqué au Canada » et « Transformé au Canada ». Ne pensez-vous pas que plus il y aura de désignations et plus on risque de semer la confusion chez les consommateurs?

• (1030)

M. John Masswohl: Vous avez raison. C'est un risque réel, et je suis bien d'accord avec Don. Plus le produit est complexe et plus c'est difficile. Vous avez pris l'exemple du yogourt. Je pensais à une lasagne à la viande, dans laquelle on trouve de la viande, peut-être deux ou trois sortes de fromage, des pâtes, des légumes et des épices. D'où proviennent tous ces ingrédients? On peut difficilement envisager d'apposer la mention « Cultivé au Canada » sur le produit, voire même la mention « Produit du Canada », parce qu'il faudrait retrouver et consigner l'origine des ingrédients, preuves à l'appui, avant d'affirmer qu'ils sont tous canadiens. Peut-être pourrait-on alors envisager la mention « Transformé au Canada ». Si tous les ingrédients sont assemblés ici, ne faudrait-il pas l'indiquer?

En définitive, c'est à cause de toute cette complexité que nous préférons la formule volontaire. Une fois cette lasagne préparée, pourquoi obliger son fabricant à y apposer une étiquette? Si on lui impose, il donnera peut-être une information qui n'est pas rigoureusement exacte, à moins qu'il n'aille fabriquer cette lasagne dans un autre pays.

M. Brian Storseth: C'est juste.

Allez-y, madame Mina.

Mme Lisa Mina: Je crois que le gouvernement et l'industrie ont tous deux la responsabilité de communiquer clairement la définition, et d'expliquer ce que représentent les étiquettes. Je ne suis pas tout à fait convaincue que cela se soit passé auparavant, et ils doivent tous deux communiquer clairement ce que représente chaque étiquette afin d'éliminer toute confusion, sinon au moins la minimiser.

M. Brian Storseth: Ce que vous me dites, et c'est ce que nombre de témoins nous ont déjà dit, c'est qu'il nous faut simplifier le processus, et non pas semer encore plus la confusion. Il est possible d'y parvenir en utilisant les étiquettes qui existent déjà et en renforçant l'image de marque de ces étiquettes.

Je suis d'accord avec ce que disait tout à l'heure M. Masswohl. Une des initiatives de marquage qui a connu le plus grand succès était celle qui avait été faite pour le boeuf de l'Alberta, et il s'agissait d'une initiative volontaire, lancée uniquement par l'industrie. C'est quelque chose qui a très bien réussi. Je reconnais qu'il est important de lancer des initiatives volontaires plutôt que des programmes obligatoires.

J'aimerais vous poser une question qui touche vos commentaires sur l'éducation, sur la possibilité d'améliorer en fait ce que nous offrons déjà. Vous avez parlé à quelques reprises des processus qui existent au Canada.

Avez-vous des chiffres à nous présenter quant aux coûts de ces programmes pour le gouvernement ou pour l'industrie?

M. John Masswohl: Je n'ai pas ces chiffres à portée de la main aujourd'hui. Je crois que cela varierait de façon marquée selon les produits et la région de la production et il serait donc très difficile de pouvoir faire des affirmations générales sur les coûts de ce genre d'initiatives. Nous pourrions cependant vous donner des anecdotes ou des exemples.

M. Brian Storseth: Madame Mina, savez-vous combien il en coûterait pour accroître l'information concernant ces programmes, destinée au grand public?

Mme Lisa Mina: Cela dépend de la portée en fait du programme d'information. Si vous songez par exemple à lancer une initiative publicitaire, cela pourrait coûter très cher. Cependant si vous voulez offrir cette information par l'entremise d'influenceurs ou d'autres intervenants, ou les deux... Ça dépend en fait de l'ampleur des communications.

M. Brian Storseth: Vous êtes d'accord avec...

Le président: Il ne vous reste plus de temps, monsieur Storseth.

J'aimerais poser une question sur les exposés présentés par la CCA et le CIB.

Vous avez mentionné une transformation minimale de boeuf qui est importé; vous avez mentionné qu'on pouvait se demander s'il s'agissait d'un produit canadien ou simplement d'un produit qui était vendu sans étiquette. Qu'entendez-vous par minimale?

Supposons qu'une carcasse de boeuf est importée des États-Unis et transformée ici pour produire du boeuf haché ou des steaks pour la vente au détail. Ce produit serait-il canadien ou ne porterait-il aucune étiquette?

M. John Masswohl: Il existe une liste que je n'ai malheureusement pas apportée aujourd'hui. Un règlement connexe à la loi sur l'étiquetage des produits de la viande qui énumère les étapes qui représentent une transformation minimale, et dans certains cas il s'agit de la production de tranches, et de choses du genre.

Tout compte fait, si vous importiez un morceau de faux-filet que vous tranchiez en steaks individuels, cela correspondrait aux exigences touchant la transformation minimale, et ces steaks ne devraient pas être étiquetés et porter la mention du pays d'origine. Ça ne veut pas dire qu'ils sont pour autant des produits canadiens; cela veut simplement dire qu'ils ne doivent pas être étiquetés alors que si vous importiez les steaks et que vous les vendiez chacun au détail, ils devraient à ce moment-là porter une étiquette mentionnant le pays d'origine.

Le président: Vous êtes satisfait des règlements actuels régissant les exigences minimales.

M. John Masswohl: Oui.

Le problème se pose lorsque certains font abus du système et s'en servent à des fins plus ou moins honnêtes. Si quelqu'un importe de l'Australie ou des États-Unis de la viande musculaire qui serait coupée en steaks, nous nous opposons à ceux qu'on dise qu'il s'agit là de steaks canadiens, parce que ce n'est pas la vérité. Ce sont là des pratiques illégales.

• (1035)

Le président: Très bien. C'est justement ce que je voulais savoir.

Nous devons mettre fin à la discussion.

J'aimerais remercier tous les témoins de leurs exposés aujourd'hui. Ces discussions nous permettront de décider des recommandations que nous devons formuler au Parlement et en fait au gouvernement du Canada sur la mention « Produit du Canada » et les questions connexes de l'étiquetage et de l'exactitude de l'étiquetage.

Nous passons maintenant aux motions. La première motion est celle qu'a présentée M. Atamanenko.

Alex, pouvez-vous lire la motion si ça vous convient?

M. Alex Atamanenko: Voici le texte de la motion:

Que le Comité permanent de l'agriculture et de l'agroalimentaire écrive une lettre au ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, l'honorable Gerry Ritz, lui recommandant d'abandonner son intention de retirer, au 1^{er} août 2008, la distinction visuelle des grains (DVG) comme moyen de reconnaissance de la variété des grains, pour toutes les catégories de blé de l'Ouest canadien et de ne procéder à son retrait seulement lorsqu'un système d'identification des variétés des grains, en lequel ceux qui bénéficient de l'actuel système de DVG auront acquis confiance, aura été mis en place.

Je peux vous expliquer la raison d'être de cette motion.

Le président: Oui, si vous voulez.

M. Alex Atamanenko: Bien. J'aimerais d'ailleurs signaler que — Guy m'a fait le point hier — qu'il semblerait qu'on a l'intention d'adopter un système différent.

Cette motion n'empêche aucunement l'adoption d'un autre système. Je pense qu'il s'agit simplement d'une mesure de précaution. S'il n'existe pas de système qui sache satisfaire tous les partis d'ici le 1^{er} août, cette motion nous permettrait d'attendre qu'on ait mis sur pied un système avant d'éliminer le système actuel. De la même façon, s'il existe un système qui plaît à tous les intervenants avant cette date, cette motion n'empêche pas qu'on l'adopte. On ne donne pas de date butoir. On applique simplement le principe de précaution, et je crois qu'il faut procéder avec une extrême prudence en l'occurrence.

C'est pourquoi j'espère que cette motion sera adoptée à l'unanimité par mes collègues.

Le président: Allez-y, Guy.

M. Guy Lauzon (Stormont—Dundas—South Glengarry, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Sauf le respect que je dois à M. Atamanenko, à toutes fins pratiques, je juge que cette motion est peu utile parce que la Commission canadienne du blé a déjà mis sur pied un plan qu'elle est en train de communiquer aux agriculteurs en ce moment même.

J'aimerais simplement signaler que nous réagissons simplement à ce que recherchais les agriculteurs. Alex et moi en avons brièvement discuté, et je crois que la motion est, comme je l'ai déjà signalé, à toutes fins pratiques, pas vraiment nécessaire. Les choses vont déjà bon train.

Le président: Monsieur Miller.

M. Larry Miller: Merci, monsieur le président.

La motion me préoccupe un peu, Alex, et je sais que vous avez les meilleures intentions du monde, mais c'est bien joli de protéger l'ensemble du secteur agricole, mais notre objectif principal, et je crois que ça a toujours d'ailleurs été celui de votre parti, est de protéger le petit producteur. C'est justement pourquoi on change la façon de faire les choses.

Cette proposition n'avantage pas le producteur de base ou le petit producteur. Pour reprendre les termes que vous employez vous dites « en lequel ceux qui bénéficient de l'actuel système de DVG auront acquis confiance ». Il ne s'agit donc certainement pas des producteurs. Je pense qu'on s'orienterait ainsi dans la mauvaise voie. Les améliorations apportées en éliminant le système DVG visent à aider le producteur, non pas le contraire. Je ne saurais appuyer cette motion.

Le président: Monsieur Easter.

L'hon. Wayne Easter: Je suis d'accord et avec Guy et avec Larry, parce que DVG avantage les producteurs. Le Canada a la réputation d'être un des fournisseurs mondiaux offrant des grains de la meilleure qualité, en grande partie grâce à notre système de classification. Ceci dit, je crois que, qu'il s'agisse de l'industrie porcine ou l'industrie du bétail, nous pourrions très bien retirer la DVG afin de cultiver de nouveaux produits qui seraient peut-être plus productifs et qui auraient d'autres caractéristiques. Mais il nous faudrait une autre méthode capable de contrôler la qualité des grains que nous exportons, comme par exemple, la technologie de la boîte noire.

Mais c'est notre système de contrôle de la qualité qui est menacé. Le ministre a agi trop vite. Il fait une proposition sans avoir les assurances nécessaires que notre système de contrôle de la qualité ne sera pas compromis.

Je sais que Guy a dit que la Commission canadienne du blé a un plan. Mais ce n'est pas ça qu'on m'a dit. Alors, à moins que nous ne puissions entendre un témoin de la Commission canadienne du blé et la Commission canadienne des grains qui nous dira qu'il n'y aura aucun problème le 1^{er} août et que notre système de qualité ne sera pas compromis par cette proposition, je n'ai d'autre choix que d'appuyer cette motion.

• (1040)

Le président: Ce sera au tour d'André.

[Français]

M. André Bellavance: Il me semble qu'au moment où l'on a discuté de ce dossier, les membres du comité étaient clairement en faveur du retrait du système de distinction visuelle des grains, mais qu'ils étaient également clairement favorables à l'idée de le remplacer par un système visant à identifier les variétés de grains. Le secrétaire parlementaire M. Lauzon nous dit qu'il s'oppose totalement à cette motion parce que tout est en train d'être mis en place et organisé. Ça m'intrigue.

Expliquez-nous donc comment le plan de match du gouvernement prévoit instaurer un système d'identification pour remplacer le DVD. Vous ne nous avez pas donné de détails.

[Traduction]

Le président: L'alarme d'incendie retentit. J'ai le devoir de suspendre la séance.

Je vous demanderais s'il vous plaît de vous diriger vers la sortie d'urgence la plus proche.

Dès que l'alarme cessera de retentir, nous reviendrons. sera éteinte, nous allons devoir nous entendre avec... Le comité des ressources naturelles siège après nous.

La séance est suspendue.

• (1105)

Le président: À l'ordre s'il vous plaît.

Je veux m'excuser auprès du comité, je crois que c'est le comité des ressources naturelles, qui siège après nous. A cause de la sonnerie d'incendie'alarme à feu, il nous reste certains points à l'ordre du jour à terminer.

Nous discutons de la motion de M. Atamanenko. Je vous propose que nous remettions les motions à jeudi matin, et que nous les étudions en début de séance. Pour ce faire, nous avons besoin d'une motion à cet égard.

M. Storseth en fait la proposition?

M. Brian Storseth: Je vais proposer une motion pour suspendre...

Le président: Vous proposez que le débat sur la motion de M. Atamanenko soit suspendu?

Monsieur St. Amand.

M. Lloyd St. Amand: Ce n'était pas ça votre suggestion, monsieur le président. Je propose que jeudi nous étudions...

Le président: Non, nous sommes saisis d'une motion que nous devons étudier d'abord.

M. Brian Storseth: Nous devons nous prononcer sur la motion.

Le président: Oui, il faut voter sur votre motion.

Est-ce une mesure dilatoire?

D'accord, c'est une motion. Nous pouvons donc débattre de la motion comme quoi le débat sur la motion de M. Atamanenko est suspendu.

Monsieur St. Amand.

M. Lloyd St. Amand: Je propose un amendement amical voulant que le débat sur la motion de M. Atamanenko soit suspendu, et que toutes les autres motions soient étudiées en priorité à notre prochaine réunion jeudi au tout début de la séance.

Le président: J'ai un amendement de M. St. Amand voulant que nous suspendions ce débat, ainsi que les autres motions de M. Easter et M. St. Amand jusqu'à jeudi matin, où elles seront étudiées en priorité.

Y a-t-il des commentaires sur l'amendement?

M. Alex Atamanenko: Alors, si je comprends bien, toutes ces motions, en commençant par la mienne, seront étudiées au tout début de la prochaine séance. Est-ce exact?

Le président: C'est l'intention de la motion amendée.

Y a-t-il des observations sur l'amendement? D'accord, ça va. Il n'y a pas de débat.

(L'amendement est adopté)

Le président: D'accord, il faut rapidement terminer nos travaux au sujet du comité de liaison. Nous devons passer au huis clos, alors je vais suspendre la réunion.

Les délibérations se poursuivent à huis clos.

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.