



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 009 • 3^e SESSION • 40^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 15 avril 2010

Président

M. Lee Richardson

Comité permanent du commerce international

Le jeudi 15 avril 2010

• (1535)

[Traduction]

Le président (M. Lee Richardson (Calgary-Centre, PCC)): Je déclare la séance ouverte. Je suis désolé de commencer avec un petit retard, mais un certain nombre de nos membres ne sont pas encore arrivés.

Ceci est la neuvième séance du Comité permanent du commerce international. Nous allons poursuivre aujourd'hui notre examen de l'accord de libre-échange Canada-Jordanie. Nous attendons avec impatience que la Chambre nous envoie un projet de loi sur le sujet et nous prenons un peu d'avance aujourd'hui avec l'audition de quelques témoins experts. Nous nous réunirons ensuite à huis clos pour travailler sur notre rapport concernant les relations commerciales Canada-États-Unis, en particulier le chapitre relatif aux marchés publics.

Mais auparavant, M. Silva demande la parole.

M. Mario Silva (Davenport, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Malheureusement, notre vice-président est absent — il est mal portant — et notre critique, Scott Brison, n'est pas là non plus en raison d'un autre engagement. Tous deux souhaitaient soulever quelques questions concernant le rapport et je me demandais si nous ne pourrions pas reporter l'étude du rapport à la prochaine réunion. Ainsi, nous aurions tous l'occasion d'en débattre. Ce serait sous réserve de l'accord du comité.

Le président: Permettez-moi de réserver ma réponse pour le moment. Au lieu d'ouvrir un débat à ce stade, et infliger cette discussion à nos témoins, le cas échéant, pourrais-je demander de revenir là-dessus à 16 h 40 et nous pourrions en parler alors?

Nos témoins attendent et nous sommes heureux de les revoir dans le cadre de notre délibération sur l'accord de libre-échange Canada-Jordanie.

Je suis heureux d'accueillir de nouveau John Masswohl, de la Canadian Cattlemen's Association.

John, merci de l'aide que vous continuez de fournir à ce comité et des renseignements que vous nous apportez.

Nous accueillons également le président des Producteurs de grains du Canada, Doug Robertson.

C'est un plaisir que de vous avoir parmi nous. Nous avons reçu précédemment votre collègue Richard Phillips. Il est le directeur exécutif de l'association.

Bienvenue de nouveau, Richard.

Nous allons commencer avec quelques déclarations liminaires. Je crois savoir qu'il y en aura trois, et c'est bien. J'espère que vous pourrez vous limiter à 10 minutes au maximum. Vous êtes tous maintenant familiarisés avec notre procédure.

Nous allons commencer avec M. Phillips.

M. Richard Phillips (directeur exécutif, Producteurs de grains du Canada): Merci, monsieur le président, et membres du comité.

Je me nomme Richard Phillips et je suis le directeur exécutif des Producteurs de grains du Canada. Je suis accompagné aujourd'hui de notre président, Doug Robertson.

L'invitation à comparaître aujourd'hui a été initialement envoyée à l'Alliance canadienne du commerce agroalimentaire. Je représente les Producteurs de grains du Canada au conseil d'administration de l'Alliance canadienne du commerce agroalimentaire et j'aimerais faire quelques remarques liminaires avant de remettre mon chapeau de producteur céréalier.

L'Alliance canadienne du commerce agroalimentaire est une coalition des principales organisations canadiennes de producteurs de boeuf, de porc, de céréales et d'oléagineux qui milite en faveur d'un marché international plus ouvert et transparent pour les produits agricoles et agroalimentaires.

Le Canada est un leader mondial en matière d'échanges agricoles. Nous sommes le quatrième plus gros exportateur agroalimentaire du monde, exportant la moitié de notre boeuf et de notre blé, 60 p. 100 de notre porc et plus de 70 p. 100 de notre canola. À l'échelle nationale, plus de 90 p. 100 de nos exploitations agricoles dépendent directement de l'exportation. Soit elles exportent leurs produits soit elles les vendent sur le marché interne aux cours internationaux. Cela représente 200 000 exploitations et englobe la majorité des exploitations de toutes les provinces, Ontario et Québec compris.

Un environnement commercial plus ouvert et plus équitable est essentiel à la croissance et à la prospérité future de notre secteur agroalimentaire et de l'économie canadienne toute entière. Toutefois, le point focal de l'ACCAA est l'aboutissement du cycle de négociations commerciales mondiales de Doha.

Les accords bilatéraux peuvent nous apporter des avantages considérables, mais il est difficile dans ce cadre de régler les problèmes des subventions nationales, des soutiens nationaux et des subventions à l'exportation. Par conséquent, il importe que vous, les politiciens de tous les partis, encouragiez le gouvernement à pousser activement les autres pays à revenir à la table de négociation dans le cadre de l'OMC.

L'ACCAA, tout en privilégiant les négociations multilatérales, s'intéresse de près à un accord bilatéral. Les négociations commerciales Canada-Europe intéressent fortement nos membres en raison de l'énorme population et de la taille potentielle de ce bloc. Nous vous incitons à suivre de près ces pourparlers et à appuyer les efforts que nous déployons pour obtenir l'accès à ce marché hautement lucratif.

Je vais maintenant retirer mon chapeau de l'ACCAA et céder la parole au président des producteurs de grains du Canada, Doug Robertson.

•(1540)

M. Doug Robertson (président, Producteurs de grains du Canada): Merci, Richard.

Je suis un agriculteur de Carstairs, en Alberta, et actuellement président des Producteurs de grains du Canada, comme Richard l'a dit. Nous représentons quelque 80 000 céréaliculteurs de l'Ouest du Canada et des Maritimes. Notre principal credo est que les agriculteurs canadiens sont des gens efficaces et compétitifs et que, en tant qu'hommes d'affaires, ils veulent gagner leur vie en vendant sur le marché. Voilà donc ce qui anime notre organisation.

L'un de nos principaux objectifs est un échange libre et ouvert de produits et denrées agricoles entre le Canada et le reste du monde puisque, comme Richard l'a dit, environ 90 p. 100 des agriculteurs canadiens sont tributaires de l'exportation ou des prix à l'exportation. Alors que nous préférons un accord commercial multilatéral mondial, les accords bilatéraux sont à l'heure actuelle la seule façon dont le Canada peut rivaliser avec nos principaux concurrents sur les marchés clés que nous visons.

Sur le plan sectoriel, cet accord de libre-échange Canada-Jordanie concerne particulièrement le secteur des légumineuses de l'Ouest du Canada, encore que nous vendions également un peu de blé à la Jordanie. Les légumineuses sont des cultures telles que les pois, les haricots, les lentilles et les pois chiches. À l'heure actuelle, les tarifs douaniers jordaniens frappant ces denrées vont de 5 à 10 p. 100. L'accord de libre-échange les ferait disparaître.

En 2009, nous avons exporté pour environ 6,4 millions de dollars de ces denrées en Jordanie, un recul par rapport aux 8,3 millions de dollars de 2008. Le potentiel de ces denrées est donc élevé.

D'autres produits exportés comprennent les produits de pomme de terre surgelés, qui sont frappés de droits de douane pouvant atteindre 20 p. 100. La suppression de ce tarif placerait le Canada sur un pied d'égalité avec nos concurrents, surtout les États-Unis. Les États-Unis ont déjà accès en franchise de droits au marché jordanien. Les aliments pour animaux sont assujettis à des droits de douane pouvant atteindre 23 p. 100, lesquels seraient supprimés également. Des denrées telles que la graine à canaris, qui est une culture relativement importante dans certaines régions de la Saskatchewan et de l'Alberta, sont frappés d'un droit de 10 p. 100, lequel disparaîtrait également avec l'adoption de cet accord de libre-échange.

Sur une base provinciale, les exportateurs québécois de divers produits agricoles étaient assujettis à des tarifs qui seraient également éliminés. Les préparations pour aliments pour animaux, par exemple, sont actuellement l'objet de droits de 10 à 23 p. 100. Les produits d'érable sont eux aussi sujets à des tarifs de 24 p. 100. Les confiseries sont frappées de droits de douane de 30 p. 100, et les confitures et gelées à des droits de 25 p. 100. Tous ces droits disparaîtraient une fois l'accord de libre-échange adopté.

En Ontario — et cela s'appliquerait également au Québec — les fromages sont astreints à un droit de 20 p. 100. Les sauces et autres préparations alimentaires sont frappées de droits pouvant atteindre 24 p. 100 et un certain nombre d'autres produits, tels que la génétique bovine, sont actuellement soumis à un tarif de 10 p. 100. Là aussi, tous ces droits seraient éliminés par cet accord de libre-échange.

Dans l'Ouest du Canada, comme je l'ai déjà dit, les légumineuses sont les principales bénéficiaires de la réduction des tarifs actuels de 5 à 10 p. 100. Le boeuf est soumis à un tarif de 5 à 23 p. 100, selon le produit; les aliments pour animaux, 10 à 23 p. 100; et, comme je l'ai dit, la graine à canaris, jusqu'à 10 p. 100.

Dans la région atlantique, où la pomme de terre est principalement cultivée, les frites surgelées et autres produits de pomme de terre sont actuellement l'objet de droits de douane de 20 p. 100. Le poisson et les produits de la mer sont eux aussi soumis à des droits de 10 à 30 p. 100.

À ces avantages pour l'agriculture s'ajoutent d'autres produits de la terre qui contribuent au revenu des agriculteurs. Cela englobe les produits forestiers, qui sont actuellement soumis à des tarifs de 10 à 30 p. 100.

Nous avons donc aujourd'hui un bon potentiel de croissance de nos exportations vers ce marché, étant donné les tarifs douaniers élevés frappant certains produits.

Richard.

•(1545)

M. Richard Phillips: J'aimerais conclure au nom des Producteurs de grains du Canada.

J'allais mentionner que nous vendons du blé. Nous leur avons vendu un peu de blé lorsque ils ont connu une réelle pénurie, et au cours des dernières années la Commission canadienne du blé a également vendu une quantité limitée d'orge. C'est une autre denrée exportée en Jordanie.

Pour ce qui est des importations, nous importons actuellement une petite quantité de légumes en provenance de Jordanie. En 2008, le montant était supérieur à 1 million de dollars, principalement des concombres et cornichons, mais le chiffre a atteint 1,3 million de dollars lors d'autres années récentes.

En résumé, alors que les gains commerciaux immédiats peuvent ne pas sembler important, nous estimons qu'il y a là un potentiel stratégique. Premièrement, la Jordanie représente une plate-forme commerciale et de distribution au Moyen-Orient, jouissant d'un accès facile à un certain nombre d'autres pays. La Jordanie a un gouvernement modéré et stable et, hormis les États-Unis, nous serons l'un des rares exportateurs agricoles à avoir conclu avec elle un accord de libre-échange.

La Jordanie a également de la difficulté à subvenir à ses besoins en produits agricoles du fait du manque d'eau. Cet accord commercial est donc le bienvenu puisque ce que nous cultivons et ce que nous exportons à la Jordanie ne fait pas de tort aux agriculteurs locaux. Je sais que d'aucuns sont particulièrement soucieux de ne pas nuire aux agriculteurs dans ces pays. Ceci est un bon accord, car lorsqu'ils manquent d'eau, ils font appel à l'importation et le Canada est un exportateur. Donc cet accord commercial particulier nous est favorable et ne nuit pas aux petits agriculteurs là-bas.

Deuxièmement, la Jordanie, avec ses six millions d'habitants, est un marche-pied vers un bloc commercial plus grand, le Conseil de coopération du Golfe, qui regroupe Bahreïn, le Koweït, Oman, le Qatar, l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis. Ce groupe compte une population de 40 millions d'habitants. C'est une zone relativement riche. Elle est pratiquement désertique et importe la plus grande partie de ses produits agricoles.

Ce pourrait donc être pour nous un marche-pied vers un marché beaucoup plus important dans cette région, et c'est pourquoi nous vous invitons très fortement à approuver cet accord de libre-échange, et ce dans les meilleurs délais.

Merci de votre invitation.

Je crois que M. Masswohl, représentant les éleveurs, va prendre la parole ensuite.

Le président: Excellent. Merci, messieurs. C'était bien dit. J'ai apprécié également la chorégraphie.

Monsieur Masswohl.

M. John Masswohl (directeur, Relations gouvernementales et internationales, Canadian Cattlemen's Association): Merci, et merci de l'invitation à comparaître de nouveau.

Mes remarques seront assez brèves. Je pensais bien que Richard couvrirait pas mal le terrain et il n'a pas déçu, et il me suffira donc de quelques minutes.

Tout bien pesé, la Canadian Cattlemen's Association souscrit à l'accord de libre-échange Canada-Jordanie. La condition pour que nous soutenions un accord est qu'il doit nous ouvrir un accès commercialement significatif pour le boeuf canadien. La Jordanie a annoncé la levée de toutes les restrictions au titre de l'ESB à l'entrée de boeuf et de bétail sur pied canadien lors de la visite du ministre Ritz l'an dernier. Cet accord de libre-échange en soi assure un accès immédiat, illimité, en franchise de droit à la viande boeuf, à la génétique et au bétail sur pied.

Certes, la Jordanie ne sera pas pour nous un gros débouché, mais ce qui compte c'est que cet ALE nous offre les meilleures conditions possibles. Il est réaliste de compter pouvoir négocier un accord qui nous donne un accès illimité, immédiat et en franchise de droit, et c'est ce que nous avons ici. Nous aimerions que toutes les négociations futures visent à reproduire ce même résultat.

Voilà les quelques remarques que je voulais faire. Je pense qu'elles sont suffisamment claires. Je serais heureux de répondre à vos questions soit sur l'accord avec la Jordanie soit sur tout autre accord ou enjeu commercial que vous voudrez explorer.

Merci.

• (1550)

Le président: Merci, monsieur Masswohl.

Nous allons maintenant passer aux questions. Je précise aux membres que vous êtes libres de poser les questions que vous voudrez à l'un ou l'autre de nos témoins ou bien à tous. Nous allons tâcher de limiter le premier tour de questions à sept minutes pour les questions et les réponses.

Je vous rappelle encore une fois que M. Masswohl représente la Canadian Cattlemen's Association, Doug Robertson les Producteurs de grains du Canada, de même que Richard Phillips.

Je présume également, monsieur Phillips, que vous êtes prêt à répondre à toute question intéressant l'ACCAA, l'Alliance canadienne du commerce agroalimentaire?

M. Richard Phillips: Oui.

Le président: Merci, Richard.

Nous allons commencer cette fois-ci le tour de questions avec M. Silva.

M. Mario Silva: Merci. Mes questions seront brèves également, monsieur le président.

Il semble, à entendre les témoins d'aujourd'hui, que dans l'optique agricole — pas tous les aspects de l'accord commercial, car il nous reste encore à déterminer quelles seront les répercussions pour différents secteurs — l'accord est positif pour le secteur agricole, car il s'agit là d'un pays et d'une région où l'on cultive peu, si bien que nos produits agricoles y seront en demande. Vous avez également abordé la question que j'allais soulever, à savoir si les petits agriculteurs dans ce pays se verront évincés ou non.

Je veux savoir, et je pense que vous nous avez déjà donné une assurance, s'il existe des préoccupations sur lesquelles nous devrions nous pencher, particulièrement en ce qui concerne les petits agriculteurs, et ce sachant que l'accord est favorable à l'agriculture canadienne. Existe-t-il un problème que nous devrions prendre en considération et rectifier dans l'accord?

M. John Masswohl: Pour vous parler franchement, nous ne voyons pas réellement de problèmes, du moins pas en ce qui concerne le boeuf et les bovins. Comme vous dites, nous n'escomptons pas en exporter là-bas de grosses quantités. Peut-être leur vendrons-nous une centaine de tonnes par an. Il faudra que ce soit des produits halal. Nous avons la capacité de produire du boeuf halal au Canada. Nous ne pensons pas rencontrer de concurrence de la part d'éleveurs jordaniens. Je suis sûr qu'il y a là-bas une poignée d'éleveurs ayant quelques vaches, mais rien qui puisse nous inquiéter sur le plan de la production de viande de boeuf.

M. Mario Silva: Merci.

Je vais partager mon temps avec Shawn.

Le président: Monsieur Murphy, bienvenu à notre comité.

L'hon. Shawn Murphy (Charlottetown, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

J'aimerais revenir avec vous, monsieur Phillips, sur le point que vous avez abordé, à savoir que les échanges agricoles avec la Jordanie ne sont pas une grosse affaire, pour des raisons évidentes et en particulier les tarifs actuels. Mais j'aimerais votre avis sur ceci: si l'ALE était mis en œuvre, avez-vous quelques prévisions de croissance de ces échanges?

Deuxièmement, et c'est peut-être plus important, vous avez mentionné que ce pourrait être là un marche-pied pour pénétrer d'autres pays du Moyen-Orient et j'aimerais donc savoir si les marchandises peuvent être transférées sans entrave dans d'autres pays? Si vous atterrissez en Jordanie, pouvez-vous aller dans d'autres pays ou bien êtes-vous coincé en Jordanie? Veuillez me décrire cela, car il semble que le plus gros poisson soit tout le marché du Moyen-Orient plutôt que de la seule Jordanie, qui probablement ne sera jamais un gros enjeu.

M. Richard Phillips: Je pense que, dans une certaine mesure, dans cette partie du monde, et dans toutes les autres où existent des entités régionales similaires, une fois que vous avez le pied dans la porte et que vous démontrez que vous pratiquez le commerce équitable et que vous n'allez pas déverser vos produits sur le marché et évincer les agriculteurs, par exemple, cela construit de bonnes relations, et au Moyen-Orient les affaires sont largement fondées sur les relations. Les relations permettront de multiplier les affaires. C'est ainsi que nous voyons les choses. C'est pourquoi il est si important de mettre le pied là-bas et de construire ces bonnes relations et d'établir cette confiance. À partir de là, il devient beaucoup plus facile de développer les affaires.

L'hon. Shawn Murphy: Ces marchandises ne seraient pas transférées de la Jordanie dans un autre pays du Moyen-Orient. Il vous faudrait établir une relation commerciale avec l'autre pays, par exemple Bahreïn et quelques-uns des autres pays voisins.

M. Richard Phillips: J'avoue ne pas connaître les règles du commerce interne et si les marchandises pourraient être transbordées vers la Syrie ou Bahreïn ou d'autres pays de la région. Je ne sais pas quelles sont exactement les règles de transbordement là-bas. Veuillez m'en excuser.

L'hon. Shawn Murphy: De toute évidence la Jordanie achète déjà à l'heure actuelle ses produits agricoles à l'étranger. Vous avez fait remarquer que le Canada est capable de soutenir la concurrence de n'importe quel autre pays. Mais qui détient le marché aujourd'hui?

• (1555)

M. Richard Phillips: Je dirais que c'est un marché très sensible au prix et ils vont se fournir principalement auprès de ceux qui offrent les prix les plus bas. La Turquie, par exemple, produit beaucoup de lentilles et d'autres denrées que nous cultivons aussi. Ainsi, la Turquie serait certainement un gros concurrent.

Je dirais donc qu'ils vont se fournir d'abord auprès de leurs propres agriculteurs et ensuite s'approvisionneront dans la région pour des raisons de proximité et de coût de transport et de manutention. Ce n'est qu'ensuite qu'ils iront se fournir auprès de, mettons, l'UE, ou les États-Unis ou le Canada.

L'hon. Shawn Murphy: Mais est-ce que d'autres de nos concurrents ordinaires, tels que les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, détiennent une part de marché conséquente aujourd'hui en Jordanie?

M. Richard Phillips: Parmi ceux-là, le seul autre pays ayant un accord de libre-échange sont les États-Unis, qui détiennent une certaine part de marché. Mais en faisant des recherches là-dessus, j'ai constaté que les États-Unis n'ont pas beaucoup d'échanges agricoles avec la Jordanie.

Le président: Merci, monsieur Murphy.

Monsieur Laforest.

[Français]

M. Jean-Yves Laforest (Saint-Maurice—Champlain, BQ): Je pense que M. Guimond, en tant que producteur agricole, est bien placé pour questionner nos invités.

Le président: Vous disposez de sept minutes.

M. Claude Guimond (Rimouski-Neigette—Témiscouata—Les Basques, BQ): Merci, monsieur le président.

Bonjour, messieurs. Je suis heureux de vous entendre. C'est très intéressant. J'ai de courtes questions pour nous aider, mes collègues du comité et moi, à mieux comprendre.

Vous dites que, présentement, vous exportez de 5 à 10 p. 100 de légumineuses partout dans le monde. Est-ce exact?

[Traduction]

M. Doug Robertson: Non, c'est le montant du tarif, qui est actuellement de 5 à 10 p. 100. Celui-ci serait éliminé par l'accord de libre-échange.

M. Richard Phillips: Nous exportons bien plus de 50 p. 100 des légumineuses que nous cultivons au Canada. Ceci est un marché potentiel. L'Inde est un très gros marché pour nos légumineuses. D'autres pays du Moyen-Orient sont également des débouchés pour nos légumineuses. Nous en exportons beaucoup.

[Français]

M. Claude Guimond: On parle de l'entente Canada-Jordanie. En avez-vous évalué le potentiel? Vous avez dit que la Jordanie serait une porte d'entrée pour élargir nos marchés au Moyen-Orient. Avez-

vous fait des études ou sentez-vous qu'il y a un marché intéressant, que vous pourriez peut-être quantifier?

[Traduction]

M. Richard Phillips: Non, nous n'avons pas fait d'études à ce sujet. Mais en prévision de notre comparution, nous avons parlé avec la Commission canadienne du blé, avec Pulse Canada, qui assure les exportations; nous avons téléphoné aux Canadian Canola Growers et parlé aux exportateurs de canola. Nous avons fait nos recherches de cette façon; nous avons pris langue avec les associations professionnelles dans le domaine de céréales, des oléagineux et légumineuses pour déterminer le potentiel du marché.

Encore une fois, ce sont les producteurs de légumineuses qui disent qu'il existe des débouchés non seulement pour les légumineuses mais aussi pour certaines cultures spécialisées, par exemple la graine à canaris donnée aux oiseaux. Il y a quelques autres petites cultures spécialisées. Mais aucune étude d'envergure comme celle que vous demandez n'a été faite dans le secteur agricole, à ma connaissance.

[Français]

M. Claude Guimond: On parle beaucoup d'exportation de produits bruts. Pour un marché comme la Jordanie, et peut-être le Moyen-Orient bientôt, peut-on voir là un marché potentiel de valeurs ajoutées, comme l'exportation des produits de semence et des produits génétiques dans le domaine des bovins? Pensez-vous qu'il y aurait des possibilités, pour cette partie du monde, de pouvoir profiter d'un tel marché sur le plan des valeurs ajoutées?

[Traduction]

M. Richard Phillips: Peut-être M. Masswohl pourra-t-il vous dire ce qu'il en est côté bovins, mais côté grains, dans une large mesure dans ces pays la transformation se fait localement ou à l'échelle nationale. Le blé produit localement est donné à une minoterie locale, qui le moule. Donc, dans une large mesure, le marché concerne les produits bruts, qui sont plus faciles à stocker et à distribuer sous ces climats. Ils vont être distribués sur le marché, créant des emplois au niveau de la transformation locale. C'est ce que nous voyons dans certains des marchés.

Avec un marché plus sophistiqué comme l'Union européenne, je pense qu'il y a une bien meilleure possibilité d'exporter des produits à valeur ajoutée. Mais dans un pays comme la Jordanie, qui est très sensible au prix, je pense que nous continuerons principalement à vendre des produits bruts, en ce qui concerne les céréales.

M. John Masswohl: Je pense que les trois d'entre nous à cette table considérons probablement le boeuf comme un produit céréalier à valeur ajoutée.

Peut-on le dire?

Des voix: Oh, oh!

M. John Masswohl: D'accord.

Je ne peux que répéter que la Jordanie sera probablement pour nous un petit débouché. Si nous prenons les cinq dernières années, nous y avons exporté environ une tonne au total au cours de cette période. Je pense que nous pouvons porter cela à quelques centaines de tonnes ce qui, en pourcentage, est assez impressionnant, mais restera un volume relativement faible.

Pour déterminer notre position sur la Jordanie et évaluer son potentiel, nous avons pris langue avec les sociétés exportatrices de boeuf. Sont-elles intéressées? Vont-elles faire le voyage en Jordanie et ce genre de choses? Quelques-unes d'entre elles nous ont dit en substance que la région les intéresse beaucoup. Elles sont très intéressées par l'Arabie saoudite, qui était précédemment l'un de nos 10 premiers marchés d'exportation, en 2002. Pendant qu'ils sont dans la région, pourquoi ne pas prendre quelques jours pour aller déterminer le potentiel et voir les acheteurs en Jordanie et commencer à nouer ces relations? Je ne sais pas si « marche-pied » est le mot juste, mais si vous êtes dans la région de toute façon et avez un accord de libre-échange, tout cela ne peut qu'aider.

Je crois ne pas avoir mentionné la situation tarifaire côté boeuf. Actuellement, les tarifs sur le boeuf vont de 5 p. 100 sur les steaks, les coupes de boeuf et certains abats, et 10 p. 100 sur les produits génétiques comme les embryons et la semence. Si l'on supprime le droit de 10 p. 100 sur les produits génétiques, cela va ouvrir quelques possibilités. Les tarifs sur les produits de transformation, les saucisses et certaines viandes transformées, vont de 21 à 28 p. 100. Nous verrons donc ce qui va se passer avec la suppression de ces tarifs. Certains sont élevés, particulièrement pour les produits à valeur ajoutée.

• (1600)

[Français]

M. Claude Guimond: Monsieur Masswohl, vous avez parlé de produits halal. Ceux-ci sont très importants pour percer ce marché, car c'est de mise. Au Canada, êtes-vous équipés pour faire l'abattage halal ainsi que la première et la deuxième transformation halal, afin d'être en mesure de répondre à ce marché, ou faudrait-il que vous vous dotiez de ces outils? Ce marché risque d'être très important quand on considère que la Jordanie est un centre de distribution potentiel pour d'autres pays du Moyen-Orient.

[Traduction]

M. John Masswohl: Oui, nous avons une capacité halal au Canada et nous avons effectué quelques percées à l'exportation vers l'Arabie saoudite et d'autres pays qui ont cette exigence. En outre, comme vous pouvez l'imaginer, il existe une demande croissante de viande halal ici même, au Canada et aux États-Unis, et c'est un marché en expansion.

L'une des choses dont nous avons parlé au comité de l'agriculture est la compétitivité de l'abattage au Canada, tant du côté de la denrée brute que de certains de ces créneaux. Nous avons du travail à faire pour améliorer la compétitivité de l'abattage au Canada par rapport, disons, aux États-Unis. C'est un sujet sur lequel nous travaillons certainement avec vos homologues du comité de l'agriculture.

[Français]

M. Claude Guimond: J'aimerais une précision. On parle de produits halal. Parle-t-on de l'élevage ou est-ce seulement pour la transformation ou l'abattage que les équipements doivent être conformes?

[Traduction]

M. John Masswohl: Je crois savoir que c'est au niveau de l'abattage et de la manière dont la viande est traitée. Il y a des inspections tout au long de la chaîne d'abattage et de découpe de l'animal. Certaines conditions doivent être respectées. Je ne suis pas expert, mais je crois savoir que cela s'applique à l'abattoir.

[Français]

M. Claude Guimond: Convenez-vous qu'il s'agit d'un marché intéressant, d'un marché de niche que l'on pourrait développer et dont on pourrait se servir?

[Traduction]

M. John Masswohl: Tout à fait.

Le président: Monsieur Julian.

M. Peter Julian (Burnaby—New Westminster, NPD): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je souhaite la bienvenue à nos témoins. Comme d'habitude, vous avez fait d'excellents exposés. Merci beaucoup d'être revenus nous rencontrer.

Je veux également saluer le retour au Comité du commerce international de mon vieux collègue, M. Harris. Il est très agréable de le retrouver.

Je veux commencer avec deux enjeux.

Les barèmes tarifaires que vous avez amenés sont très utiles. Nous allons relire les transcriptions dans les jours qui viennent, mais j'ai trouvé très utile ces chiffres dans vos exposés.

La première question concerne les consultations. Avez-vous été consultés à un moment quelconque de la négociation de cet accord Canada-Jordanie et si oui, comment? Nous avons eu quelques discussions avec les fonctionnaires ministériels il y a quelques jours et il n'était pas du tout clair s'il y avait eu des consultations, même avec certains des grands secteurs exportateurs qui seront touchés par l'accord.

Deuxièmement, j'ai quelques questions concernant les budgets de promotion. Nous en avons déjà parlé, mais il est apparu dans les témoignages que nous avons entendus mardi que le budget promotionnel total du gouvernement du Canada pour l'exportation de produits sur le marché jordanien est actuellement de zéro, et si cet accord était adopté, le montant passerait à un total de 12 000 \$ par an. C'est moins que ce que dépense une épicerie de quartier moyenne de New Westminster pour sa promotion auprès de quelques pâtés de maisons. Nous parlons ici d'un marché de six millions d'habitants.

Je me demande quels budgets promotionnels vous aimeriez voir consacrés à la Jordanie. Avez-vous idée des montants que d'autres gouvernements, par exemple ceux des États-Unis et de l'Australie, consacrent au marketing en Jordanie, comparés aux 12 000 \$ que le gouvernement conservateur prévoit de contribuer?

Pourriez-vous mentionner également les budgets promotionnels totaux que vous avez aujourd'hui, par le biais du gouvernement fédéral et des éleveurs, des céréaliculteurs, des producteurs de légumineuses eux-mêmes? Quel est votre budget mondial total pour cette année, 2010, pour promouvoir les exportations canadiennes?

Vous représentez tous deux des secteurs très importants et je ne pense pas que le gouvernement fasse plus qu'offrir de belles paroles pour développer ces débouchés et est loin d'égaliser ce que d'autres pays consacrent à la promotion.

• (1605)

M. John Masswohl: Pour répondre à la première partie de votre question, soit la consultation, j'essaie de me souvenir. Elle a été en fait très brève. Je me souviens de la première réunion que nous avons eue avec les négociateurs. Ils nous ont indiqué — c'était après le premier cycle de négociation — que la Jordanie offrait un accès immédiat hors douane au boeuf. Nous avons dit que c'était bien.

Pour vous parler franchement, la consultation s'est limitée à cela. Nous aimerions qu'elles soient toutes de cette nature, mais cela n'est pas le cas.

Pour ce qui est des budgets promotionnels, en particulier en Jordanie, nous en avons déjà parlé auparavant. Notre promotion du boeuf sur les marchés canadien et américain est assurée par le Centre d'information sur le boeuf, et puis nous avons la Canada Beef Export Federation qui est responsable de la promotion du boeuf dans le reste du monde.

Le Centre d'information sur le boeuf est une division de la Canadian Cattlemen's Association et je peux vous en indiquer le budget. Le budget 2010-2011 du Centre d'information sur le boeuf est d'environ 10,5 millions de dollars; il est destiné au Canada et aux États-Unis.

M. Peter Julian: Cela représente et la contribution du gouvernement fédéral et celle des éleveurs.

M. John Masswohl: Exact. Et cette année la part gouvernementale a été plus élevée que l'an dernier. L'an dernier, la contribution gouvernementale a été d'environ 60 p. 100 du total. Cette année elle est juste en dessous des trois quarts.

M. Peter Julian: C'est donc environ 7,5 millions de dollars.

M. John Masswohl: Exact. Lorsque nous en avons parlé la dernière fois, je n'avais pas le chiffre avec moi. L'estimation que j'ai donnée était probablement légèrement erronée.

M. Peter Julian: Comment cela se compare-t-il avec les États-Unis, l'Australie...? Nous avons déjà évoqué certains de ces chiffres. Les États-Unis offrent beaucoup plus.

M. John Masswohl: C'est le montant que nous dépensons au Canada et aux États-Unis. Si vous voulez comparer nos dépenses dans le reste du monde et celles des États-Unis, notre Canada Beef Export Federation n'est pas une composante de la Canadian Cattlemen's Association. Nous ne sommes que l'un de ses membres parmi d'autres. Si vous voulez connaître son budget pour faire la comparaison, il vous faudra probablement vous adresser à elle directement.

M. Peter Julian: D'accord, mais vous connaissez le budget promotionnel des États-Unis. Nous pouvons certainement lui demander quelle proportion des exportations de boeuf elle assure. Mais nous avons vu précédemment que le soutien du gouvernement américain représente de l'ordre de 50 à 60 millions de dollars. Est-ce exact?

M. John Masswohl: Je ne sais pas personnellement combien dépense la Meat Export Federation américaine. J'imagine que la Canada Beef Export Federation possède quelques estimations de ce montant. Je crois que les chiffres cités dans le passé provenaient de Ted Haney, de la Canada Beef Export Federation, et je ne peux donc que vous conseiller de prendre langue avec Ted.

M. Peter Julian: Très bien. Je vous remercie.

Monsieur Phillips.

M. Richard Phillips: Les Producteurs de grains du Canada sont une coalition de groupements de producteurs spécialisés, qui seraient eux-mêmes plus directement intéressés. Pulse Canada, par exemple, qui regroupe toutes les associations de producteurs de légumineuses et autres intervenants dans le secteur, aurait donc son propre budget de promotion. Je n'ai malheureusement pas les chiffres exacts y correspondant. Mais ces gens s'assoient en début d'année et s'interrogent sur les questions suivantes: Quels sont les secteurs de croissance clés à cibler? Y aura-t-il davantage de croissance en Inde?

Y aura-t-il davantage de croissance dans le Moyen-Orient? Et ils tranchent ensuite.

Ils reçoivent de l'argent. Encore une fois, je n'ai pas les chiffres exacts, mais je m'engage ici à obtenir pour vous les statistiques quant à ce que feraient les producteurs de légumineuses.

De la même manière, au Conseil canadien du canola, lorsque je siégeais à son conseil d'administration, nous avions un comité de développement du marché et nous visions prioritairement certains marchés. Dans le cas du Moyen-Orient, où le marché est très sensible aux prix, nous discutons, au Conseil canadien du canola, de la question de savoir s'il nous fallait dépenser de l'argent pour développer un marché sensible aux prix ou bien s'il ne valait pas mieux pour nous d'aller là où nous pouvions obtenir un prix supérieur, et concentrer là nos efforts de développement. Nous avons toujours eu tendance à pencher en faveur d'efforts de développement de marché plus poussés aux États-Unis, au sein de l'Union européenne ou dans d'autres endroits où les gens sont prêts à payer pour des huiles plus saines, par opposition aux marchés à prix inférieurs, où l'on peut se tailler une place un jour, puis, si l'huile d'olive est meilleur marché le lendemain, vous n'êtes plus là. C'est ainsi que nous avons eu tendance à ne pas privilégier certains des marchés réellement sensibles aux prix. Je devine — mais ce ne sont que des supputations — que la Jordanie s'inscrirait sans doute dans cette catégorie. C'est un endroit où, si vous pouvez tolérer le prix à certains moments, vous ferez une vente, mais à certains égards, l'effort de développement ne s'inscrira pas dans le long terme.

La Commission canadienne du blé pourrait fort bien faire un certain travail de développement de marché si elle effectue une tournée dans la région. Elle pourrait y faire un arrêt et rendre visite aux gens sur place.

L'autre chose que nous avons au Canada et qui fait la promotion des produits canadiens est l'Institut international du Canada pour le grain, qui est aujourd'hui doté de laboratoires pleine échelle de mouture d'échantillons et de fabrication de pâtes alimentaires, et il s'y fait également de la transformation de légumineuses. Si nous pensions que la Jordanie était un marché cible, ce que nous ferions c'est y inviter une ou deux des minoteries, et encourager l'une des grosses boulangeries jordaniennes à envoyer quelqu'un au Canada. Nous leur montrerions alors les blés canadiens, la façon dont nous installerions leurs meuneries, les produits qui seraient fabriqués et la façon dont nous livrerions exactement les pains qu'ils souhaiteraient avoir et la qualité à laquelle ils pourraient s'attendre avec des produits canadiens. Ou alors les gens de l'Institut pourraient faire cela avec les blés durs utilisés pour les pâtes alimentaires, pour montrer, là encore, la qualité des produits que nous pouvons livrer.

Il s'agit là d'un excellent outil que nous utilisons au Canada et dont les gens sont peut-être nombreux à ignorer l'existence.

• (1610)

Le président: Merci, monsieur Phillips.

Je regrette, mais cela fait huit minutes. Les réponses ont été formidables, mais elles ont malheureusement été un petit peu longues.

Nous allons maintenant passer de l'autre côté, avec M. Keddy.

M. Gerald Keddy (South Shore—St. Margaret's, PCC): Merci, monsieur le président. Je vais partager le temps qui me revient avec M. Trost.

Bienvenue aux témoins.

Monsieur Phillips, j'aimerais reprendre là où vous vous êtes arrêté, pour savoir comment nous faisons véritablement notre travail de promotion en terre étrangère. J'aimerais que vous étayiez un petit peu le fait que vous vous concentrez, manifestement, sur les pays avec lesquels nous avons en place des accords commerciaux. Je m'attendrais à ce que la raison à cela est que nous n'en sommes pas déjà à un tarif de 15 ou 25 p. 100, ce qui nous placerait dans une position déficitaire avant même de commencer à faire des échanges.

Pourriez-vous nous expliquer cela davantage?

Vous dites « oui » de la tête, mais...

M. Richard Phillips: Non, non, je pense que cela est vrai. S'il vous faut vous concentrer sur un marché donné, pourquoi voudriez-vous démarrer avec une barrière tarifaire de 15 p. 100 dans quelque travail de développement de marché que ce soit? C'est pourquoi les ententes et les négociations commerciales sont importantes pour faire avancer les choses. Le gouvernement a, certes, été très déterminé dans le cadre de ces arrangements et, en tant que producteurs agricoles, nous sommes très favorables à cela et très reconnaissants.

Pour revenir à la question de la promotion, nous pouvons aller à l'étranger et y promouvoir nos produits. Le gouvernement fédéral verse de l'argent en ce sens. Je ne sais pas quelle a été la participation aux principales foires alimentaires en Europe, par exemple. Les producteurs de boeuf et de légumineuses jouissent d'un certain soutien gouvernemental pour se rendre aux principales foires alimentaires là-bas, là où se retrouvent les acheteurs et toutes les entreprises alimentaires, pour leur montrer à quoi ressemblent les produits canadiens. Diverses formes de soutien sont à leur disposition. Je n'ai tout simplement pas toutes les statistiques sur ce dont chacun de ces groupes bénéficie.

M. Gerald Keddy: Je comprends cela. J'étais davantage intéressé par le raisonnement sous-tendant le ciblage de vos efforts de développement de marchés, et cela me semble parfaitement bien se tenir sur le plan des affaires.

J'ai aimé vos commentaires de tout à l'heure, lorsque vous avez dit que vous préféreriez que nous poursuivions davantage d'ententes multilatérales, comme celle de l'OMC, et que nous essayions d'obtenir que le système fondé sur l'Accord général s'étende au monde tout entier. La difficulté est que nous sommes bloqués, sérieusement bloqués. Nous avons, certes, fait des ouvertures de relancement de ces pourparlers commerciaux et nous avons remporté un succès limité en la matière, mais, dans l'intervalle, je ne pense pas que nous puissions arrêter. C'est là tout l'objet des discussions bilatérales, que ce soit avec la Jordanie, la Colombie, le Panama ou n'importe quel autre pays du monde. Sans cela, nous ne pouvons pas trouver de nouveaux marchés pour nos produits agricoles ou nos produits manufacturés, et, concrètement, nous reculons alors chaque jour au lieu d'avancer. Je pense que cela méritait d'être dit.

J'apprécie vos commentaires, et je suis d'accord avec vous, mais si nous n'avancions pas sur ces différentes pistes, il nous faut — il nous faut *absolument* — regarder du côté de discussions bilatérales.

Je vais céder le reste de mon temps à M. Trost. Comme c'est un gars des Prairies, il a bien hâte de s'entretenir avec vous.

• (1615)

M. Brad Trost (Saskatoon—Humboldt, PCC): Merci, monsieur Keddy.

Vous avez fait certaines observations au sujet de la sensibilité aux prix, et je peux comprendre cela dans le cas de marchés de produits bruts. Si je regarde les données quant aux plus importantes exportations vers la Jordanie, je constate qu'il n'y a pas grand-chose

du côté du boeuf. Vous avez dit que cela représentait une tonne de produits exportés. Est-ce uniquement le prix qui a gardé nos produits à l'écart? Pourquoi n'avons-nous pas pu vendre davantage de produits agricoles au marché jordanien?

Vous me renvoyez un regard du genre « je ne sais pas ».

M. Richard Phillips: Non, j'essaie de voir si John souhaite répondre en premier.

M. John Masswohl: Certainement.

Vous savez, pour aborder quelque peu indirectement cette question, l'une des choses que j'entends sans cesse de la bouche de personnes qui font affaire une fois un accord de libre-échange établi est la question suivante « Qu'est-ce qu'il y a eu dans l'accord de libre-échange qui a vraiment ouvert ce marché pour vous? » Oui, la réduction des tarifs aide, mais, souvent, les gens disent que le simple fait qu'on ait signé un accord signifie qu'il existe des possibilités. Cela sensibilise les gens au marché et le fait remonter dans la liste des marchés prioritaires.

Il y a, dans le monde, quelque 180 pays, et nous ne pouvons pas en tout temps être dans chacun d'entre eux. Comme je l'ai dit, nous nous intéressons probablement à la Jordanie parce que nous nous intéressons à l'Arabie saoudite. Nous nous intéressons aux Émirats arabes unis. Nous avons beaucoup vendu à ces pays. Si nous nous trouvons de toute manière dans les environs, alors jetons un coup d'oeil du côté de la Jordanie.

D'autre part, cela fait presque 10 ans qu'il existe un accord commercial entre la Jordanie et les États-Unis. Je ne peux pas dire si les Américains ont vendu beaucoup de boeuf à la Jordanie, mais si vous êtes un acheteur jordanien et que vous pouvez acheter en franchise de droits des États-Unis ou payer un tarif de 5 p. 100 si vous achetez au Canada, alors pourquoi achèteriez-vous du Canada?

M. Brad Trost: Ce que j'entends, c'est que les principaux facteurs sont le prix et la sensibilisation.

Pour poursuivre dans le même sens qu'allait M. Murphy, avec certaines de ses questions tout à l'heure, et des remarques au sujet des endroits stratégiques et du plan stratégique pour l'avenir, comment recommanderiez-vous que le gouvernement du Canada aborde stratégiquement les relations commerciales dans cette région, en utilisant la Jordanie comme levier auprès des Saoudiens et des Koweïtiens? L'Iraq, dans cette même région du monde, commence à avoir davantage d'argent, et il y a la Syrie, etc. Auriez-vous des suggestions quant à ce que devraient être nos priorités stratégiques dans cette région?

M. Richard Phillips: Projetons-nous dans un an, deux ans, trois ans et supposons qu'il y a eu une excellente relation, et peut-être une relation commerciale croissante, entre le Canada et la Jordanie et que nous avons toujours respecté les critères: ils sont contents de la qualité, contents des produits. Je dirais que si vous vouliez percer dans cette région, vous devriez commencer par aborder le Conseil de coopération du Golfe, qui est un groupe de nations réunissant 40 millions de personnes. Si vous pouviez obtenir l'adhésion d'un groupe plus vaste du genre, cela vous éviterait d'avoir à négocier une entente distincte avec chaque pays, soit Bahreïn, le Koweït, Oman, le Qatar, etc.

M. Brad Trost: Vous utiliseriez donc cela comme modèle: nous nous sommes assez bien entendus, sur le plan culturel, avec un pays arabe, alors visons maintenant le gros marché.

M. Richard Phillips: Oui.

M. Brad Trost: Allez-y; terminez. Il nous reste environ 40 secondes.

M. Doug Robertson: Je pense que cela ressemble à la raison pour laquelle l'UE cherche à négocier un accord de libre-échange avec le Canada, seulement dans le sens inverse. Les Européens cherchent à savoir s'il leur est possible de faire fonctionner la chose avec quelqu'un qui est très semblable aux États-Unis. Ils veulent vraiment percer aux États-Unis. C'est un petit peu la même chose ici: si nous pouvons prouver notre valeur et prouver que nous pouvons bien faire les choses et prouver la propreté de nos produits...

Il y a eu beaucoup de questions tout à l'heure au sujet de produits pouvant être améliorés, de produits à valeur ajoutée, de fromages et quantité d'autres choses, comme par exemple les confitures et le sucre, les confiseries et ainsi de suite. Ce sont tous là des produits à valeur ajoutée qui s'inscrivent à l'extérieur du volet du boeuf et qu'il nous serait possible de proposer aussi, et qui sont aujourd'hui frappés de tarifs.

Le président: C'est bien; merci.

Nous aurons le temps de faire un autre tour.

Monsieur Julian, il semblerait qu'il reste du temps pour compléter votre réponse à l'autre élément, si vous souhaitiez terminer votre question sur...

• (1620)

M. Peter Julian: Merci beaucoup, monsieur le président.

Les deux questions que j'avais posées à M. Phillips concernaient la consultation: y a-t-il eu quelque consultation que ce soit relativement à l'accord avec la Jordanie et, deuxièmement, savez-vous combien d'aide financière et autre d'autres pays, nos concurrents, offrent à leurs producteurs de légumineuses, à leurs producteurs de grains?

M. Richard Phillips: Pour répondre à la première question, je ne suis au courant d'aucune consultation menée en la matière auprès des producteurs de grains. Cela a pu se faire, car c'était à l'époque où je me suis joint aux Producteurs de grains du Canada. J'avais cru comprendre que le roi de la Jordanie allait venir ici en visite et que c'est pour cette raison que l'on a voulu bouger un peu plus rapidement dans ce dossier. Je pense que c'est cela qui a donné le coup d'envoi, le fait que le roi allait venir. Il y a peut-être même eu d'autres raisons diplomatiques expliquant le désir de préparer la chose.

Je ne suis cependant au courant d'aucune consultation préalable menée auprès de nous. Je dirais que dans le cadre des autres accords commerciaux, les accords commerciaux plus importants — par exemple, l'accord canado-américain —, il y a eu à l'avance de vastes consultations auprès de la plupart des groupes de producteurs. Dans ce cas particulier, je ne suis au courant d'aucune consultation.

Nous ne faisons en vérité pas de suivi de ce que font d'autres pays, sur les plans dollars ou pourcentages. Il est si facile de cacher de l'argent dans des budgets de promotion que vous ne savez jamais vraiment d'où il provient. Est-il versé par l'intermédiaire d'une ambassade? Est-il versé directement à l'association industrielle? S'écoule-t-il ailleurs? Il est difficile de suivre tout cela. Nous n'avons en la matière pas de chiffre fixe.

Nous n'avons pas le sentiment d'être sérieusement en reste. Dans une grande mesure, et peut-être que les gens du secteur du boeuf voient les choses différemment, je pense que le Canada a fait... Grâce à la qualité de nos produits au fil des ans, je pense que nous jouissons d'une très bonne réputation dans le monde. Lorsque nous parlons d'élargir nos marchés et d'autres produits à valeur ajoutée, si nous faisons un bon travail et si les pois chiches, la graine à canaris et le boeuf livré sont conformes aux critères, alors peut-être que si

quelqu'un importe et fait venir là-bas un conteneur, alors s'il y a de la place pour d'autres produits à valeur ajoutée, alors les chances sont meilleures, une fois que vous avez votre pied dans la porte, de faire certaines de ces autres ventes de produits à valeur ajoutée.

C'est grâce à notre réputation, je pense, bien franchement, que nous nous débrouillons si bien.

M. Peter Julian: Merci, monsieur le président.

Le président: Monsieur Holder.

M. Ed Holder (London-Ouest, PCC): Merci beaucoup.

Je tiens à remercier nos invités d'être venus aujourd'hui. Dans le cas d'un ou deux d'entre vous, il est bon de vous revoir. Monsieur Masswohl et monsieur Phillips, il est bon de vous accueillir ici.

Je réfléchis à cette entente, et j'ai le sentiment qu'autour de la table nous sommes en train de tendre vers un appui général en faveur de cet accord de libre-échange.

Monsieur Phillips, je suis encouragé par votre appui, ainsi que par celui de M. Robertson.

J'ai pris note, monsieur Masswohl, de ce que vous avez dit — je vais m'efforcer de vous citer fidèlement, mais je suis certain que vous me reprendrez si ce n'est pas le cas —, soit qu'en ce qui concerne l'ALE « ça ne peut tout simplement pas être meilleur ». Merci pour cela.

M. Peter Julian: Je savais que vous relèveriez la chose.

M. Ed Holder: Vous savez, c'est plutôt intéressant. Les États-Unis ont ratifié un accord commercial avec la Jordanie en 2001. L'UE en a ratifié un quelques années plus tard. J'étais en fait en train de passer en revue toutes les ententes bilatérales dont la Jordanie est signataire. Elle traite avec cinq pays du Moyen-Orient — Algérie, Libye, Syrie, Koweït et Bahreïn —, mais elle a également ratifié des accords avec le Pérou et l'AELE et, comme je l'ai mentionné, les États-Unis et l'UE.

Voici ce qui me pose problème. Ce qui me pose problème est la réalité que, depuis neuf ans maintenant, nous subissons, de ce fait, un désavantage concurrentiel par rapport aux États-Unis. Que les gouvernements successifs — je ne m'en prends à aucun d'entre eux — aient pris tout ce temps pour en arriver ici dépasse l'entendement. Du fait que cet accord s'annonce plus aisé que d'autres, il se pourrait fort bien, comme certains l'ont dit, que ce soit l'occasion pour nous d'utiliser la Jordanie comme porte d'entrée dans tout le Moyen-Orient. Cela se pourrait fort bien, étant donné surtout que la Jordanie a déjà en place d'autres accords bilatéraux, que j'ai mentionnés.

C'est plutôt intéressant; l'autre soir, mardi soir, j'ai assisté à une réunion d'un conseil d'ambassadeurs de pays membres de la Ligue arabe en poste au Canada et de l'Association parlementaire Canada-monde arabe. C'était un groupe d'ambassadeurs et de chefs de mission. J'aimerais vous lire la liste des pays qui y étaient représentés, car je pense que la chose est importante: Algérie, Tunisie, Égypte, Émirats arabes unis, Iraq, Jordanie, Yémen, Koweït, Mauritanie et Maroc. Dans le cadre de cette rencontre, dès que j'ai mentionné le fait que je siégeais au Comité permanent du commerce international, cela a suscité un intérêt énorme, car tous ces pays souhaitent faire davantage affaire avec nous.

En passant, nous faisons affaire avec eux. Soyons clairs, nous avons, à des degrés qui varient selon le cas, des échanges avec tous les pays du monde — sauf peut-être pour le boeuf canadien en Jordanie —, mais nous sommes une nation commerçante partout dans le monde.

Voici ce qui me frappe. J'ai mentionné les États-Unis. Les États-Unis — et, en passant, j'encouragerais tous les députés autour de la table à se rappeler que les États-Unis ont en place avec la Jordanie un accord de libre-échange depuis 2001 — exportent pour 220 millions de dollars en Jordanie. Nos exportations à ce pays se chiffrent à 1,5 million de dollars. Le résultat américain est 147 fois le nôtre, alors que les États-Unis ne sont pas 147 fois plus gros que le Canada. Voilà ce que nous perdons lorsque nous ne faisons pas preuve de l'initiative nécessaire pour faire aboutir la chose.

Monsieur Masswohl, j'ai une question pour vous. Il me semble qu'il y a trois ans il y a eu quelques ventes, pour environ 19 000 \$ de boeuf frais, à destination de la Jordanie, mais cela s'est arrêté au cours des deux dernières années. Comment cela se fait-il? Était-ce à cause de toute cette question de l'ESB?

• (1625)

M. John Masswohl: Je regardais moi-même les chiffres, et je me demandais comment ce boeuf a même pu entrer dans ce pays alors que nous avons été tenus à l'écart de ce marché de 2003 jusqu'à l'année dernière. Parfois, lorsque les quantités sont aussi petites, vous vous demandez si quelqu'un n'a peut-être pas mal encodé quelque chose ou fait une entrée dans la mauvaise colonne.

M. Ed Holder: En effet, il n'y a eu aucune exportation conséquente.

M. John Masswohl: Nous avons peut-être eu une tonne au cours des cinq dernières années. Peut-être que nous n'avons rien eu.

M. Ed Holder: Écoutez, j'aimerais tout d'abord dire à quel point j'apprécie que vous ayez reconnu l'intervention du ministre Gerry Ritz et ses négociations avec la Jordanie en vue de faire lever l'interdiction due à l'ESB. Cela compte vraiment pour nous, et cela vaut non seulement pour le ministre, mais pour tout son personnel. Je pense que c'est une bonne chose pour le Canada et une bonne chose pour toutes les provinces canadiennes, si je peux me permettre de le souligner.

Voici ma question. Il y a un sujet qui vient typiquement sur le tapis avec certains députés d'en face relativement aux budgets de promotion. Nous avons, lors de notre dernière réunion, entendu un témoin expert, Thomas Marr, qui est administrateur au MAECI. Nous avons discuté avec lui précisément de cette question d'aide financière, et je sais que M. Keddy en a fait état. J'aimerais simplement vous demander si vous appuieriez cette notion. Son opinion, basée sur son expérience, était que, compte tenu de la possibilité d'éliminer les tarifs dans un pays comme la Jordanie, où les tarifs varient entre 10 et 30 p. 100, et où nous pourrions faire affaire immédiatement, avec 99 p. 100 de notre produit accédant immédiatement à ce marché en franchise, le reste accédant à ce statut sur une période de, je pense, quelque sept années, l'entreprise privée pourrait prendre le relais et partir à la recherche des possibilités. Pour ce qui est de la promotion et de la recherche de créneaux, qu'il s'agisse de grains ou de boeuf, le secteur privé s'en chargerait.

Qu'en pensez-vous? Pensez-vous que l'entreprise privée — et si je vous pose la question c'est que vous en êtes — prendrait le relais? Seriez-vous en mesure de livrer une concurrence efficace en Jordanie avec vos propres budgets de commercialisation?

M. John Masswohl: Premièrement, j'aimerais également souligner le fait que le ministre se promène dans le monde dans le but d'ouvrir des marchés pour le boeuf. Il est en Chine cette semaine, et nous l'en remercions. Nous aimerions également remercier le Parti libéral et le Bloc d'avoir envoyé des députés à ses côtés cette semaine, ce qui a rendu ce voyage possible. Voilà le genre de

collaboration entre tous les partis que nous aimerions vraiment voir se poursuivre tout au long de la session parlementaire.

En ce qui concerne votre question, je suis d'accord. Le tarif pour le boeuf est de 5 p. 100. Il ne s'agit pas là d'un tarif insurmontable; nous desservons le marché japonais, où le tarif est de 38 p. 100. Dans un marché à revenu élevé qui ne produit pas du tout de boeuf, vous pouvez parfois surmonter le tarif, mais s'il s'agit d'un marché plus petit où le degré de sensibilisation n'est pas élevé, si vous pouvez obtenir une entente et que vous êtes de toute façon dans la région, je pense qu'un accord comme celui-ci va aider.

Pour nous, l'important avec cet accord est qu'il prouve que nous pouvons véritablement négocier un accord qui ouvre tout de suite et pleinement pour nous le marché du boeuf, et nous aimerions que ce soit la norme et qu'elle soit reprise par les négociateurs canadiens dans le cadre d'accords futurs.

M. Ed Holder: Vos collègues du secteur des « grains, haricots et autres », comme je me plais à appeler ce secteur, aimeraient-ils faire quelque commentaire?

M. Richard Phillips: Oui. Pour mettre les choses en perspective, le secteur privé est, à l'heure actuelle, très actif dans le domaine des légumineuses: en 2007, la Jordanie a été le plus important marché du Canada pour ce qui est du pois chiche. Je pense que vous constaterez que le secteur privé y a déjà une certaine emprise et, avec la disparition des tarifs, je pense que nous verrons une croissance du côté des ventes, et le secteur privé va donc dans une large mesure en bénéficier.

En ce qui concerne les budgets de promotion, si nous recevions de l'argent, nous ne renverrions certainement jamais un chèque. L'argent disponible pour la promotion est limité, alors il vous faut vous concentrer sur ce qui vous offre le meilleur rendement.

Sauf tout le respect que je vous dois, monsieur Julian, je ne suis pas certain que ce soit sur un marché sensible aux prix, où vous pouvez facilement être déplacé par un autre produit, que vous voudrez dépenser vos budgets de promotion, au lieu de vous lancer dans un marché à valeur supérieure pour y faire votre promotion, ce qui vous vaudra un rapport supérieur et à plus long terme.

• (1630)

M. Peter Julian: Vous ne faites ni l'un ni l'autre.

M. Richard Phillips: J'en conviens.

J'aimerais moi aussi remercier les députés de l'opposition d'avoir accepté le pairage. Cela est vraiment important. Nous avons eu un énorme problème sur le marché chinois avec la jambe noire dont était atteint notre canola, et si les députés de l'opposition n'avaient pas adhéré au pairage et participé aux voyages, nous ne serions pas en mesure de résoudre ces problèmes. Que vous aimiez le ministre Ritz ou que vous ne l'aimiez pas, il faut parfois l'intervention d'un ministre pour s'entretenir avec un homologue et résoudre les problèmes, alors nous vous sommes très reconnaissants, à vous aussi, de votre appui sur ce plan.

M. Gerald Keddy: Nous aimons beaucoup M. Ritz.

M. Ed Holder: Oui, je dirais, aux fins du compte rendu, que moi aussi j'aime M. Ritz. Si ma maman, du Cap-Breton, le connaissait, elle l'aimerait sans doute elle aussi.

Le président: Merci beaucoup. Je ne peux pas m'imaginer quelqu'un qui n'aimerait pas M. Ritz — même pas M. Julian.

Il nous reste du temps pour encore un ou deux échanges.

Je donne la parole à M. Laforest.

[Français]

M. Jean-Yves Laforest: Merci, monsieur le président.

Mon collègue M. Guimond a mentionné plus tôt que l'exportation de bovins vers la Jordanie se ferait principalement selon la méthode halal. Il a demandé si cette méthode ne touchait que l'abattage ou si elle devait être appliquée à l'élevage également.

Est-ce que ça concerne aussi le transport? Cette viande doit-elle arriver à destination à l'intérieur d'un délai prédéterminé, à la suite de l'abattage? Le cas échéant, devrait-elle être transportée par bateau ou par avion? Ce genre d'obligation est-elle imposée en vertu du principe halal?

[Traduction]

M. John Masswohl: Pour être franc avec vous, je ne connais tout simplement pas la réponse à cette question. Nous pourrions nous renseigner sur le processus halal et vous transmettre ces renseignements.

[Français]

M. Jean-Yves Laforest: Vous dites qu'il y a déjà de l'exportation, mais dans le cas de pays aussi éloignés que la Jordanie, le transport se fait-il par bateau ou par avion? C'est de la simple curiosité de ma part.

[Traduction]

M. Richard Phillips: Pour le secteur des grains, le transport se ferait par bateau. Il n'y aurait pas de transport aérien...

[Français]

M. Jean-Yves Laforest: Et pour la viande?

[Traduction]

M. Richard Phillips: Il y en avait pour plus de 10 000 tonnes de pois chiches, alors le transport aurait été fait en conteneur ou dans la soute d'un ou deux navires. Les volumes sont conséquents pour ce qui est des grains en vrac.

M. John Masswohl: En règle générale, lorsqu'il est question d'importantes quantités commerciales, nous vendons des conteneurs, et ceux-ci sont transportés à bord de navires. Certains achats de produits spécialisés sont à l'occasion transportés par avion. Si quelqu'un va acheter quelques centaines de kilos ou une tonne d'un produit donné, qu'il le lui faut et qu'il est prêt à payer, alors le transport sera fait par avion.

[Français]

M. Jean-Yves Laforest: Merci.

[Traduction]

Le président: *Thank you.* Merci.

Monsieur Harris, aviez-vous une question? Ou M. Julian?

M. Richard Harris (Cariboo—Prince George, PCC): Je pense que j'ai une question.

Le président: Très bien. Allez-y, monsieur Harris.

M. Richard Harris: J'aimerais revenir sur la question de la promotion des produits. Vous dites qu'un acheteur de boeuf en Jordanie, par exemple, s'il a le choix entre du boeuf américain à 0 p. 100 et du boeuf canadien à 5 p. 100, choisirait, dans la plupart des cas, le boeuf américain.

En ce qui concerne la promotion, même si certains semblent penser que le gouvernement a pour obligation d'engloutir des montants d'argent incalculables dans la promotion de nos produits, lorsque vous instaurez un accord de libre-échange avec un pays

comme la Jordanie, j'imagine qu'il doit y avoir en Jordanie des entrepreneurs tout prêts à bondir sur des occasions de traiter avec de nouveaux partenaires dans le cadre d'accords de libre-échange. Je pense que l'on pourrait affirmer sans grand risque que cette activité pourrait être alimentée par les efforts mêmes des entrepreneurs du pays qui va ratifier l'accord de libre-échange, et, bien sûr, les industries au Canada — dans ce cas-ci, les secteurs du boeuf, des grains et des légumineuses — vont elles aussi faire leurs devoirs.

Ayant oeuvré toute ma vie dans le secteur privé, j'ai tendance à croire que les entrepreneurs, qui doivent rendre des comptes à leurs banquiers, ont tendance à dépenser leur argent beaucoup plus sagement que ne le fait le gouvernement la plupart du temps, alors il me semble qu'avec l'accord de libre-échange, les entrepreneurs de part et d'autre feront le nécessaire pour tailler une place pour leurs produits. Est-ce juste de dire cela?

• (1635)

M. Doug Robertson: Pour être juste, si vous nous comparez aux États-Unis, il y a beaucoup d'associations agricoles américaines qui s'adressent au USDA et qui obtiennent de celui-ci qu'il fasse le travail de promotion pour elles. Au Canada, c'est davantage l'affaire de chacun des groupes. Pulse Canada, par exemple, s'est engagé dans une grosse poussée.

D'autre part, du fait que les légumineuses soient un peu plus une culture de saison plus fraîche, les Américains ne s'y consacrent pas beaucoup. Les Américains pratiquent davantage la monoculture dans ce qu'ils produisent — blé, beaucoup de maïs, beaucoup de soja — et ne cultivent pas beaucoup de légumineuses, alors nous jouissons au Canada d'un gros avantage. Il s'agit d'une culture sûre et énorme dans les Prairies, et elle a déplacé quantité d'emblavures qui ont disparu du fait des marchés. Les cours ont été faibles pour le blé, l'orge brassicole et l'orge, de telle sorte que nombre de producteurs ont vu dans les légumineuses leur sauveur.

Pulse Canada a fait pas mal de travail de promotion auprès d'endroits qui sont importants pour elles, comme l'ont également fait le Conseil canadien du canola et les producteurs de boeuf. Cela a tendance à être davantage le fait d'associations. C'est le fait de groupes de producteurs qui y mettent de l'argent. C'est tout simplement ainsi que notre système a évolué au fil du temps.

M. Richard Harris: C'est une bonne façon de faire les choses. Je me hasarderais à dire qu'une organisation privée pourrait probablement dépenser 25 ¢ et en tirer un meilleur rendement sur le plan de la promotion de ses produits que ne pourrait le faire le gouvernement en dépensant un dollar. Voilà quel était mon propos. Nous nous débrouillons assez bien en faisant nous-mêmes la promotion de nos produits et services, et même s'il est toujours agréable de recevoir des fonds gratuits, ceux-ci ne seront pas toujours dépensés de manière optimale.

Merci.

M. Doug Robertson: Je suppose que le gros problème est que l'argent du gouvernement n'est pas gratuit: cet argent doit venir de moi.

M. Richard Harris: Oui, c'est exact.

Le président: Avez-vous terminé?

M. Richard Harris: Oui.

Le président: Merci.

Allez-y, monsieur Phillips, absolument.

M. Richard Phillips: Puis-je dire une dernière chose? Je pense parler ici au nom de M. Masswohl également.

Nous rendons assez souvent visite au comité de l'agriculture, et nous avons récemment écrit une lettre reprochant aux membres du comité de l'agriculture de ne pas prêter attention aux témoins. Je tiens à dire que les Producteurs de grains du Canada et moi-même sommes réellement heureux de venir ici et de vous voir tous engagés et intéressés par ce que nous avons à dire, et nous apprécions beaucoup ce dialogue. C'est ce pour quoi nous sommes ici: pour nous renseigner les uns les autres. Nous vous sommes très reconnaissants de ce que vous êtes en train de faire au comité aujourd'hui. Vous constituez un changement agréable par rapport au comité de l'agriculture.

M. Gerald Keddy: [*Note de la rédaction: Inaudible*]... tout le monde dit cela?

Des voix: Oh, oh!

M. Peter Julian: Citez des noms.

M. Richard Phillips: Je tenais simplement à vous féliciter.

M. Ed Holder: Nous obtiendrons une augmentation lorsqu'ils entendront cela.

Le président: Je suis certain que c'est sans exception. Cela m'amène à mon commentaire — c'est la journée pour ces genres de compliments —, soit que ce que vous faites régulièrement, en

fournissant au comité des renseignements sur votre secteur, nous est très utile, et nous vous en remercions.

J'aimerais simplement vous donner un préavis et dire que j'anticipe que le comité va retourner à Washington pour que nous puissions rencontrer nos collègues au Congrès, ce d'ici quatre à six semaines probablement. Nous allons très certainement suivre la question des règles en matière de mention du pays d'origine dans l'étiquetage, ou COOL, et peut-être d'autres thèmes que vous aimeriez nous voir évoquer. S'il y a des choses sur votre écran radar dont nous ne sommes pas encore au courant, ou qui sont pour vous des sujets de préoccupation particuliers dans le contexte des relations canado-américaines, signalez-les au greffier ou à moi, et nous tâcherons de les ajouter à notre programme pour notre prochaine réunion à Washington — et nous en discuterons tous au comité, pour éviter que quiconque ne soit pris par surprise.

Quoi qu'il en soit, merci beaucoup d'avoir été des nôtres ici aujourd'hui.

Je pense que cela met fin à nos travaux pour la journée. Nous nous retrouverons mardi prochain pour discuter des relations commerciales canado-américaines et pour étudier notre rapport sur les marchés publics.

Merci. La séance est levée.

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :*
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

If undelivered, return COVER ONLY to:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

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