



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 028 • 2^e SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 13 mai 2014

Président

L'honorable Rob Merrifield

Comité permanent du commerce international

Le mardi 13 mai 2014

• (1100)

[Traduction]

Le président (L'hon. Rob Merrifield (Yellowhead, PCC)): Nous avons le quorum. Si les membres veulent bien prendre place, nous allons commencer la réunion.

Je veux remercier les témoins d'être venus.

Nous progressons dans notre étude du Plan d'action sur les marchés mondiaux.

Nous accueillons aujourd'hui Mme Ailish Campbell, vice-présidente du Conseil canadien des chefs d'entreprise. Je vous remercie encore une fois d'être des nôtres. Nous sommes toujours ravis lorsque vous pouvez comparaître.

Nous recevons, de l'Institut Nord-Sud, M. Pablo Heidrich. Merci de nouveau de votre présence parmi nous.

Nous commencerons avec vous, madame Campbell. La parole est à vous.

Mme Ailish Campbell (vice-présidente, Politique internationale et budgétaire, Conseil canadien des chefs d'entreprise): Monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du comité, je vous remercie de l'invitation à comparaître pour discuter du Plan d'action sur les marchés mondiaux.

Avant de commencer ma déclaration liminaire, permettez-moi de vous parler un peu de notre organisation. Le Conseil canadien des chefs d'entreprise est une organisation sans but lucratif et non partisane composée des PDG des 150 plus importantes entreprises canadiennes. Les sociétés membres administrent collectivement 4,5 billions de dollars, ont des revenus annuels de plus de 850 milliards de dollars et sont à l'origine de la majorité des exportations, des investissements et des activités de R-D et de formation du Canada.

[Français]

Nous sommes responsables d'un programme actif de recherches, de consultation et de défense en matière de politiques publiques. Le CCCE est une source de commentaires bien réfléchis et fondés sur la perspective des affaires sur des questions d'importance nationale quant à la structure économique et sociale du Canada.

[Traduction]

Mes remarques d'aujourd'hui, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du comité, reposent sur un simple fait: la prospérité des Canadiens et la santé de l'économie dépendent du commerce.

En 2013, les exportations totales du Canada s'élevaient à 530 milliards dans une économie de 1,9 billion de dollars. Afin de maintenir notre compétitivité et notre qualité de vie, il faut impérativement faire la promotion des intérêts commerciaux canadiens à l'étranger.

Par ailleurs, tous les gouvernements dans le monde jouent un rôle de premier plan pour assurer la réussite de leurs exportateurs.

Comme John Manley, président et chef de la direction du CCCE, l'a dit au sujet du Plan d'action sur les marchés mondiaux, le plan:

... harmonise les ressources du Canada liées à la promotion commerciale pour aider les entreprises canadiennes à tirer parti des perspectives offertes par les marchés émergents à forte croissance et les marchés traditionnels vigoureux. En désignant la diplomatie économique comme élément clé de l'avancement des intérêts commerciaux du Canada, le gouvernement fédéral fait en sorte que les entreprises canadiennes bénéficient du soutien nécessaire pour réussir à l'étranger.

L'approche axée sur le partenariat pour réussir sur les marchés mondiaux, qui consiste à amener le milieu des affaires et les gouvernements à collaborer afin de saisir des occasions, est au coeur du Plan d'action sur les marchés mondiaux. Le CCCE demande maintenant au gouvernement d'appliquer efficacement le Plan d'action sur les marchés mondiaux, ou le PAMM.

On se fondera sur quatre éléments clés pour évaluer le succès du PAMM.

Premièrement, on examinera si le Canada entretient des relations commerciales solides et positives avec les États-Unis et si un nouveau partenariat nord-américain a été établi.

Les États-Unis sont un partenaire commercial indispensable pour le Canada. Les échanges de biens et de services entre le Canada et les États-Unis en 2012 ont atteint près de 742 milliards de dollars, ou 41 % du PIB canadien. Il y a ensuite l'UE, qui détient un peu plus de 5 % du marché. En troisième position, il y a la Chine, avec environ 4 % des exportations totales de biens et de services.

Les exportations vers les États-Unis représentent près de 73 % des exportations totales du Canada. Permettez-moi de vous répéter les chiffres. Pour les États-Unis, c'est 73 %, tandis que pour l'UE, c'est environ 5 %. On parle ici de biens et de services de toutes sortes. Le commerce de marchandises est peut-être plus élevé; on parle peut-être de 11,5 % pour l'UE. Pour ce qui est de la Chine, c'est 4 %. Ce sont des proportions qu'aucun autre partenaire n'a pu égaler.

Nos échanges avec les États-Unis sont vraiment uniques en raison de la proportion de contenu américain que l'on retrouve dans les produits finaux canadiens.

Selon les prévisions d'EDC, du Conference Board et d'autres, les niveaux d'exportations canadiennes de marchandises devraient revenir à ce qu'ils étaient avant la récession, mais tout dépendra de la reprise américaine et de la demande de produits canadiens en 2014.

La priorité du PAMM doit être d'améliorer la sécurité aux frontières et les systèmes frontaliers au Canada, conjointement avec les États-Unis, pour accroître la coopération en matière de réglementation et continuer de favoriser la sécurité et la viabilité des ressources énergétiques en Amérique du Nord.

Le CCCE exhorte les gouvernements du Canada et des États-Unis à transformer l'excellent travail effectué dans le cadre du projet pilote Par-delà la frontière en procédures frontalières généralement appliquées.

Le CCCE demande également au gouvernement fédéral américain et aux gouvernements d'États américains de soustraire les entreprises canadiennes à l'application des dispositions néfastes d'achat aux États-Unis qui nuisent aux entreprises de toutes tailles. S'il faut négocier avec les États-Unis à ce sujet, alors entamons les discussions.

Dans une optique plus générale, les possibilités d'établir un nouveau partenariat nord-américain sont grandes. Il sera essentiel de collaborer avec le Mexique en ce sens. Compte tenu de la production énergétique croissante au Canada et aux États-Unis et des importantes réformes énergétiques au Mexique, nous avons une excellente occasion d'améliorer la sécurité énergétique continentale et la viabilité environnementale. De plus, un approvisionnement en énergie plus diversifié et des prix concurrentiels rendront l'Amérique du Nord plus attrayante pour l'exploitation des ressources et l'établissement d'industries manufacturières, et s'appuieront sur des maillons importants de la chaîne d'approvisionnement.

Pour ce qui est de la deuxième priorité, à partir de laquelle on peut évaluer le succès du PAMM, il s'agit bien entendu de la mise en oeuvre de l'accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne, ou l'AECG.

J'ai témoigné devant votre comité dans le passé, où j'avais discuté de l'importance de l'AECG. Je n'entrerai donc pas dans les détails. Je dirai simplement que l'accord de principe a été annoncé il y a de cela plus de six mois, en octobre 2013. Le CCCE demande aux deux parties, le Canada et l'Union européenne et ses États membres, de terminer les négociations techniques et d'annoncer la conclusion finale de l'accord avant la pause estivale, pour pouvoir ensuite entamer la ratification de l'AECG le plus rapidement possible à l'automne 2014.

• (1105)

La troisième priorité consiste à établir une stratégie pour l'Asie qui comprendrait un partenariat stratégique avec la Chine.

En 2012, le Canada a officiellement adhéré au Partenariat transpacifique, qui englobe maintenant 12 pays dont les PIB combinés s'élèvent à près de 22 billions de dollars. J'avais témoigné devant le comité pour discuter de l'importance du PTP. Je n'entrerai donc pas dans les détails, mais je dirai simplement que le Canada a tout intérêt à participer activement au PTP et le CCCE l'encourage pleinement à prendre part à ces négociations.

Le CCCE souhaite également que l'accord de partenariat économique entre le Canada et le Japon soit conclu rapidement, comme le PAMM en fait état.

Toutefois, plusieurs pays qui sont considérés comme étant des marchés prioritaires dans le PAMM ne le sont pas dans le PTP, notamment la Chine, la région administrative spéciale de Hong Kong, l'Inde et l'Indonésie.

Par conséquent, le CCCE recommande que le Canada poursuive ses négociations avec l'Inde pour établir un accord de libre-échange, qu'il crée un partenariat stratégique avec la Chine semblable à celui de l'Australie, ce qui pourrait accroître les échanges commerciaux dans des secteurs d'intérêt commun, ou qu'il fasse ce que la Nouvelle-Zélande a fait, c'est-à-dire négocier un accord de libre-échange avec la Chine.

Dans un premier temps, nous demanderions que l'accord sur la promotion et la protection des investissements étrangers soit présenté et ratifié avec la Chine. Nous demandons que l'accord de libre-échange avec la Corée du Sud soit mis en oeuvre le plus rapidement possible. Nous exhortons également le gouvernement à s'engager à offrir une empreinte de service de délégués commerciaux plus vaste en Asie, et plus particulièrement dans les marchés où les relations commerciales sont en train de se resserrer et qui offrent de grandes possibilités pour l'exportation.

La quatrième priorité est l'augmentation des exportations canadiennes vers des marchés émergents. Comme la Chambre de commerce du Canada l'a recommandé dans son rapport intitulé « Un point tournant: Comment rétablir notre succès commercial sur les marchés étrangers », le Canada devrait examiner la viabilité de ses outils de financement des activités commerciales pour développer des marchés. En outre, je recommanderais au comité d'envisager de demander à Industrie Canada de lui fournir des données sur le nombre de PME qui exportent par l'entremise des chaînes d'approvisionnement de grandes sociétés vers des marchés émergents.

Compte tenu que les ventes de filiales étrangères excèdent maintenant la valeur des exportations canadiennes — nous vendons davantage nos produits sur des marchés que nous pouvons en exporter vers d'autres marchés —, cela met en évidence l'importance d'intégrer des traités bilatéraux d'investissement dans les politiques commerciales du Canada.

Il serait audacieux de la part des marchés émergents d'éliminer unilatéralement tous les tarifs douaniers et de ne pas attendre que les autres pays fassent de même, comme en fait état l'étude que nous avons rendue publique hier. Le gouvernement fédéral mérite des félicitations pour avoir éliminé les droits de douane sur les intrants manufacturiers. Il reste à savoir pourquoi on n'élimine pas les droits de douane pour d'autres secteurs, surtout ceux dans les marchés de pays en développement.

Pour terminer, si l'on veut réussir, il faut des ressources et des infrastructures. Le PAMM est justement une feuille de route pour approfondir les liens avec les partenaires établis et cibler de nouveaux clients. Alors que nous sommes à la recherche de nouvelles occasions à l'étranger, nous prévoyons mettre en oeuvre le PAMM de manière efficace et miser sur nos forces au pays. Il faut commencer avec les sociétés. C'est notre responsabilité. Les entreprises canadiennes doivent avoir les produits, la stratégie et les plans de commercialisation pour cibler de nouveaux clients et leur vendre leurs produits.

Dans de nombreux marchés, surtout dans les marchés émergents, le gouvernement est un partenaire essentiel au début pour trouver de nouveaux clients, et plus particulièrement pour les PME. Dans le cas des grandes sociétés, des relations de haut niveau sont indispensables pour appuyer les stratégies de vente et faire en sorte que les produits canadiens aient une bonne réputation.

Pour ce qui est du gouvernement, il est essentiel que les outils visant à tisser de nouvelles relations commerciales soient assortis de ressources suffisantes pour répondre aux objectifs et aux priorités que j'ai énoncés dans mon exposé d'aujourd'hui. Les services gouvernementaux, dont Exportation et développement Canada, les équipes de négociations commerciales, les ressources diplomatiques à l'Organisation mondiale du commerce, ainsi que le service des délégués commerciaux, sont des instruments clés.

Le CCCE recommande que votre comité fasse une analyse exhaustive des budgets, du personnel à temps plein et des outils de recrutement et de formation de tous les programmes de promotion du commerce du gouvernement fédéral. Il vous faut ces données pour vous assurer que les organismes de promotion du commerce offrent des services aux entreprises rationalisés, possèdent le sens des affaires et des connaissances des marchés locaux et ont accès à du financement catalyseur et aux outils numériques pour communiquer avec les entreprises de partout dans le monde afin de saisir efficacement les occasions.

Nous appuyons également la proposition de la Chambre de commerce du Canada de mettre sur pied un comité de planification, conjointement avec le secteur privé et d'autres ordres de gouvernement, afin de coordonner des délégations sous la bannière canadienne.

Je recommanderais également au comité d'examiner les systèmes de logistique — routes, ports, rail et aéroports. D'après des données de Transports Canada, le délai d'expédition des produits entre l'UE et le Canada et entre l'Asie et le Canada ne s'améliore pas et, dans certains cas, il a augmenté. Le récent ralentissement au port Metro Vancouver ne fera qu'empirer la situation en 2014, et nous espérons pouvoir renverser la tendance.

Nous sommes ravis que le PAMM ne se penche pas uniquement sur les outils traditionnels et qu'il tienne compte également de l'infrastructure logistique qui permettra aux entreprises de toutes tailles de tirer parti des possibilités d'exportation.

● (1110)

Pour conclure, le CCCE appuie sans réserve les objectifs présentés dans le Plan d'action sur les marchés mondiaux. Le moment est venu de concentrer les efforts sur les ressources requises pour mettre le plan en oeuvre et rivaliser avec les meilleurs au monde.

Merci.

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons maintenant entendre M. Heidrich. La parole est à vous.

M. Pablo Heidrich (chercheur principal, Programme Gouvernance des ressources naturelles, Institut Nord-Sud): Monsieur le président, et mesdames et messieurs les membres du comité, bonjour. Je vous remercie chaleureusement de me donner l'occasion de m'adresser à vous au sujet des effets positifs du Plan d'action sur les marchés mondiaux.

À l'Institut Nord-Sud, je travaille dans les domaines du commerce et des investissements internationaux. Je me consacre plus particulièrement aux relations du Canada avec les pays en développement, et surtout avec les pays d'Amérique latine.

L'Institut Nord-Sud est un organisme canadien non partisan et sans but lucratif. Il s'emploie entièrement à offrir des conseils au gouvernement, aux entreprises et aux citoyens canadiens sur les relations du Canada avec les pays en développement.

Compte tenu du sujet à l'étude aujourd'hui, je discuterai principalement des relations du Canada avec les marchés émergents. J'ai récemment rédigé une lettre d'opinion sur le plan de promotion des exportations, sur laquelle s'appuieront en partie mes remarques d'aujourd'hui. Elle a été publiée dans la revue *Embassy* il y a quelques mois.

À notre avis, la stratégie du PAMM se traduit essentiellement par un effort de renouvellement du gouvernement actuel en vue d'accroître les exportations canadiennes dans le monde entier. Bien

que le but précis de cette initiative soit d'augmenter le nombre de petites et moyennes entreprises qui exportent, compte tenu de leur rôle important comme créateurs d'emplois dans l'économie canadienne, le libellé de cette proposition me porte à penser que le gouvernement n'a pas seulement l'intention d'augmenter les exportations des petites et moyennes entreprises. Il s'agit par-dessus tout d'une façon d'orienter les politiques étrangères du Canada, surtout vers les pays en développement, et d'en établir les paramètres. Cela signifie également le redéploiement possible des atouts diplomatiques du Canada, que ce soit dans les secteurs des politiques, du développement et du commerce du MAECD.

À plusieurs égards, la raison d'être de cette stratégie est bien évidente. Le Canada en tant que pays exportateur est dans une situation très fâcheuse. Le commerce mondial a augmenté de 70 % depuis l'an 2000, mais les exportations du Canada n'ont progressé que de 11 %. Je parle de l'exportation de biens. Depuis 2006 — depuis l'arrivée au pouvoir du gouvernement actuel, plus précisément —, les exportations n'ont augmenté que de 6 %. Pendant ce temps, les exportations des États-Unis, par exemple, ont progressé depuis l'an 2000 de 101 %, et celles de l'UE, de 87 %. Bref, le Canada est en train de perdre des parts du marché mondial, et ce, très rapidement. Nous stagnons et le monde entier fait de plus en plus de commerce chaque jour.

Par conséquent, nous avons bien fait de décider de nous employer à accroître les exportations. Nous avons probablement raison de miser sur les petites et moyennes entreprises, mais nous ne devrions pas confondre les modalités et, dans ce cas-ci, les objectifs stratégiques.

Le Canada peut fort bien augmenter ses exportations sans augmenter le nombre de petites et moyennes entreprises qui font du commerce, et vice versa. Nous pouvons également accroître le nombre de petites et moyennes entreprises qui exportent sans vraiment augmenter l'ensemble des exportations. Si j'interprète cette politique correctement, elle vise à augmenter la participation des petites et moyennes entreprises aux exportations canadiennes, et non pas nécessairement à augmenter le total des exportations.

Nous savons tous que le Canada a un sérieux problème de concurrence; la faible croissance des exportations en est la preuve. Cette politique ne s'attaque pas au problème d'une manière centralisée. Si nous décidons de le faire, il faudrait prendre d'autres mesures relatives aux politiques économiques nationales avant de faire un quelconque effort de promotion des exportations. Par conséquent, j'aimerais revenir à l'idée de réaffecter les atouts diplomatiques et à la stratégie visant à promouvoir les intérêts commerciaux, et surtout dans les marchés émergents.

Comme on l'indique dans le PAMM, il serait très coûteux de réaffecter les atouts politiques et diplomatiques sur le plan commercial, et la plupart des pays ne le font pas. Les raisons sont simples. La politique et les affaires n'évoluent pas au même rythme, et personne ne veut de conséquences négatives à court terme. Prenons l'exemple de la Russie, qui a cessé d'exporter du gaz vers l'Europe en raison d'un conflit au sujet de l'Ukraine, ou des États-Unis, qui ont perdu des chaînes de production avec la Chine en raison de différends au sujet des droits de la personne. Le monde de la politique et le milieu des affaires ne sont pas toujours sur la même longueur d'onde, et des barrières doivent être maintenues. Les considérations politiques à long terme doivent primer sur les intérêts commerciaux à court terme si nous voulons maintenir un consensus politique solide sur les questions de sécurité et sur la gouvernance diplomatique avec les pays émergents du monde entier.

●(1115)

Ces relations politiques réussies permettent de promouvoir les exportations et de faire des visites officielles aux retombées commerciales positives. Autrement dit, nous ne pouvons pas simplement débarquer de l'avion en missions officielles pour vendre nos produits dans les pays où nous n'avons même pas d'ambassades et de présence établie.

Le programme politique et diplomatique ne doit pas être directement lié au programme commercial, et vice-versa. Toutefois, le PAMM rendu public indique que la politique influence les objectifs commerciaux et diplomatiques, à un point tel qu'elle pourrait compromettre nos intérêts commerciaux en général. Par exemple, le plan présente de petits marchés en Amérique latine tels que l'Uruguay et le Paraguay comme des marchés émergents qui offrent des débouchés précis, mais d'autres marchés bien plus grands dans cette région sont ignorés, comme l'Argentine, l'Équateur et le Venezuela qui ont déjà des relations bien plus importantes avec le Canada sur le plan du commerce et des investissements.

Il en va de même pour l'Asie et l'Afrique. Inexplicablement, la stratégie omet bien des marchés et en inclut d'autres.

La seule constante qui ressort à mon avis pour justifier les écarts logiques de la politique de promotion du commerce et des exportations, c'est que les pays nommés ont des gouvernements aux politiques conservatrices ou aux plans économiques néolibéraux bien connus, tandis que les gouvernements des pays absents sont de centre ou de centre gauche et adoptent des politiques néolibérales moins marquées. Autrement dit, la politique me semble réduire les débouchés des PME canadiennes et des exportateurs en particulier. Je recommande d'expliquer clairement comment les marchés ont été choisis dans cette politique. C'est très important pour lui donner de la crédibilité.

Enfin, je vais parler des objectifs et des relations. Le PAMM réaffecte les ressources diplomatiques pour promouvoir les exportations. Il se concentre sur très peu de pays simplement pour générer 10 000 PME, augmenter leurs exportations et créer 40 000 emplois en cinq ans. Cette politique ne constitue pas selon moi une bonne dépense publique. Compte tenu des hausses et des baisses annuelles dans l'économie canadienne en général, autant de petites entreprises vont fermer ou seront créées, et autant d'emplois seront perdus ou créés chaque mois. C'est très peu en comparaison aux efforts déployés dans cette politique pour modifier notre diplomatie. Je ne comprends pas la proportion entre les efforts et les objectifs.

Cependant, l'augmentation des exportations doit être une stratégie centrale dans la politique de promotion du Canada. Nous pouvons mettre ou non l'accent sur le soutien aux petits et moyens exportateurs ou même sur l'augmentation de leur chiffre d'affaires dans certains marchés, mais nous avons besoin d'objectifs plus élevés si nous employons des outils de promotion aussi exhaustifs, notamment la refonte de toute la diplomatie canadienne.

Pour augmenter les exportations, nous savons bien que le Canada doit instamment faciliter l'intégration complète des professionnels immigrants sur le marché du travail, réduire les obstacles au commerce entre les provinces et permettre aux sociétés d'État étrangères d'investir ici. Je ne dis pas que toutes ces mesures sont bonnes ou non, mais elles sont nécessaires pour augmenter les exportations. Nous devons établir des critères distincts pour recruter davantage de délégués commerciaux.

Merci beaucoup de votre attention. Je suis prêt à répondre aux questions.

●(1120)

Le président: Merci aux deux témoins de leurs exposés.

Je crois que nous allons entamer les questions et réponses avec M. Morin.

[Français]

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

Monsieur Heidrich, ce que vous soulevez est très intéressant.

Concernant les pays choisis comme cibles, on dirait qu'il y a quelque chose d'un peu d'arbitraire dans la détermination des critères pour qu'ils soient intéressants pour nous.

Craignez-vous qu'en mêlant la politique et le commerce, il y ait un danger de contamination idéologique dans nos choix?

[Traduction]

M. Pablo Heidrich: Oui. La présentation du PAMM indique que le gouvernement a consulté le secteur privé, des groupes de réflexion, ainsi que des universitaires au Canada et à l'étranger pour sélectionner les pays. Mais le processus en tant que tel n'est pas précisé dans les documents que j'ai consultés.

Je répète qu'il est très surprenant de constater l'absence de certains pays. Par exemple, je ne comprends pas pourquoi les États-Unis et l'Union européenne s'intéressent à l'Équateur et à l'Argentine, mais pas le Canada. Pourquoi avons-nous un point de vue différent? Le Japon s'intéresse au Venezuela, mais pas nous. Le Canada vend beaucoup de machinerie liée au pétrole et aux mines. Il pourrait très bien concurrencer le Japon sur les marchés au Venezuela.

Dans certains cas, la taille de ces marchés s'élève à 500 milliards de dollars. Il s'agit de très grands marchés émergents, pas de petits pays exotiques.

[Français]

M. Marc-André Morin: Par exemple, à l'échelle mondiale, le Brésil et l'Argentine sont des économies beaucoup plus importantes que celles de l'Uruguay, de l'Équateur ou de micro-pays qui, comme par hasard, ont une façon de penser et une orientation politique semblables.

Si on cherche à signer des ententes uniquement avec des gens qui pensent exactement comme nous, il se peut que nos choix soient limités.

Qu'en pensez-vous?

[Traduction]

M. Pablo Heidrich: Oui, c'est bel et bien ce qui se produit. Cela dit, le PAMM comprend le Brésil.

Je souligne simplement que notre politique doit être axée uniquement sur le commerce, si c'est ce que nous voulons. On ne peut pas jouer sur les deux tableaux. Notre diplomatie peut comprendre un volet politique avec une position bien campée, mais dans ce cas-là, elle ne peut pas investir toutes ses ressources dans le commerce.

[Français]

M. Marc-André Morin: Le Canada est le plus grand fournisseur de porc à la Russie. Le marché russe représente un débouché important pour les producteurs de porc canadien. C'est là que les producteurs liquident toutes les parties qui ne trouvent pas preneurs dans des pays comme le Japon, qui ne veut que les meilleurs coupes.

La tension politique qu'il peut y avoir entre les deux gouvernements ne va certainement pas favoriser le commerce. Je pense que le commerce et la politique ne se mêlent pas très bien ensemble.

Pouvez-vous faire des commentaires à cet égard, s'il vous plaît?

• (1125)

[Traduction]

M. Pablo Heidrich: En effet, la plupart des pays ne réaffectent pas leurs ressources diplomatiques et politiques dans le commerce et dans la promotion des exportations, parce qu'au fond, ils ont besoin d'une politique qui comporte au moins deux volets. D'un côté, il faut promouvoir les intérêts économiques et commerciaux, avec des micropolitiques à court terme. De l'autre, nous devons entretenir les relations politiques et diplomatiques, qui peuvent aussi s'améliorer et se dégrader. Il faut éviter le plus possible que ces relations nuisent aux intérêts commerciaux.

M. Marc-André Morin: Combien de temps me reste-t-il?

Le président: Deux minutes, mais vous n'êtes pas obligé de les utiliser.

Des voix: Oh, oh!

[Français]

M. Marc-André Morin: Madame Campbell, le PAMM, soit le Plan d'action sur les marchés mondiaux, exprime le souhait du gouvernement fédéral de promouvoir et de signer des ententes de libre-échange qui auront des répercussions économiques majeures.

Existe-il des preuves démontrant le lien de cause à effet entre les ententes de libre-échange, la création de la richesse et les gains de productivité d'emploi?

[Traduction]

Mme Ailish Campbell: Les accords de libre-échange et les investissements se traduisent par la création d'emplois, la promotion des exportations et d'autres investissements. Je vous invite à consulter une étude d'Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada qui porte là-dessus.

[Français]

M. Marc-André Morin: Merci.

[Traduction]

Le président: Très bien.

Nous passons maintenant...

M. Fin Donnelly (New Westminster—Coquitlam, NPD): Reste-t-il une minute?

Le président: Oui, vous avez une minute.

M. Fin Donnelly: Monsieur Heidrich, le PAMM souligne que toutes les ressources diplomatiques du gouvernement du Canada seront mises à profit pour soutenir les entreprises et les investisseurs canadiens dans la poursuite de leurs objectifs commerciaux. De plus, il indique que le cadre de politique commerciale va miser sur le programme de développement pour favoriser les intérêts commerciaux du Canada.

J'aimerais savoir brièvement comment le programme de développement peut soutenir les intérêts commerciaux du Canada et dans quelle mesure les priorités commerciales et les objectifs de développement peuvent se renforcer les uns les autres afin de produire des résultats significatifs pour le Canada et les pays en développement.

M. Pablo Heidrich: En une minute?

M. Fin Donnelly: En 30 secondes.

Le président: En fait, vous avez 30 secondes.

M. Pablo Heidrich: D'accord.

En principe, oui.

Les pratiques internationales... Si vous prenez l'exemple de divers pays européens qui ont des programmes de développement d'envergure, ils ont des programmes en vue de soutenir le secteur privé grâce à des programmes d'aide. C'est très difficile, parce qu'il faut maintenir des normes éthiques très élevées et nous assurer que nos entreprises ne violent pas les lois nationales en vigueur ici et à l'étranger. Il arrive parfois de ne pas avoir le cadre légal pour forcer les entreprises à se comporter d'une certaine manière lorsqu'elles sont à l'étranger.

L'objectif du gouvernement est peut-être louable, mais je crois que nous avons encore besoin d'un certain cadre pour réglementer comment les entreprises canadiennes se comportent à l'étranger avant de leur verser des fonds publics en vue de soutenir des stratégies à l'étranger.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur O'Toole.

M. Erin O'Toole (Durham, PCC): Merci aux deux témoins de leur présence, de leur collaboration et de leurs points de vue.

Monsieur Heidrich, j'aimerais vous consacrer le peu de temps que j'ai, parce que votre exposé me laisse en fait assez perplexe. Vous avez notamment dit que nous devrions conserver une cloison étanche — c'est ainsi que vous l'avez dit — entre nos intérêts économiques, nos échanges commerciaux et notre diplomatie. Or, je me souviens de votre témoignage devant notre comité lors de notre étude sur l'accord économique avec le Honduras; vous aviez parlé des exploitants canadiens et de leurs effets dans ce pays et du développement.

Votre propre témoignage devant notre comité semble indiquer qu'il n'y a pas de cloison étanche. En fait, le Canada est présent dans des pays si nos sociétés commerciales et nos exportateurs principaux le sont également. N'en convendez-vous pas? Nous avons une présence. Au moyen de la diplomatie, du développement ou du commerce, l'image de marque du Canada, pour l'appeler ainsi, y est présente. Comment pouvons-nous imposer une cloison étanche sur l'économie mondiale, alors qu'elle est déjà en activité?

• (1130)

M. Pablo Heidrich: La cloison étanche à laquelle je faisais allusion vise exclusivement la manière dont l'État canadien agit lorsqu'il est à l'étranger. D'un côté, il y aura un dialogue politique ou certains échanges diplomatiques, par exemple, avec le Honduras ou tout autre pays. Prenons l'exemple de l'Afrique du Sud. De l'autre côté, vous essayerez de renforcer les relations commerciales.

Que se passe-t-il s'il y a des problèmes sur le plan diplomatique avec l'Afrique du Sud, par exemple? Selon moi, nous assurer que ces problèmes n'influent pas sur les entreprises canadiennes en Afrique du Sud, c'est une bonne politique publique. Voilà pourquoi une cloison étanche est importante. La présence d'une telle séparation signifie aussi que, s'il y a des problèmes de nature commerciale avec l'Afrique du Sud ou le Honduras, par exemple, les relations diplomatiques n'en ressentent pas les contrecoups.

Prenons l'exemple du Venezuela. Des entreprises canadiennes s'y trouvent. Le gouvernement canadien n'entretient pas de bonnes relations avec Caracas pour des raisons politiques. Je considère que c'est correct. Cependant, que se passe-t-il si toutes les ressources diplomatiques canadiennes au Venezuela soutiennent nos relations commerciales avec ce pays? Devons-nous dire que nous sommes d'accord avec tout ce que le gouvernement de Caracas fait à l'endroit de son peuple et des droits de la personne? Je dis que non. J'avance que nous pouvons demeurer critiques à l'égard de ce que fait ce gouvernement, tout en soutenant nos entreprises. Pour ce faire, il faut créer une séparation entre les relations diplomatiques et les relations commerciales.

M. Erin O'Toole: Je dois vous arrêter là. Vous dites donc que nous pourrions nous montrer critiques; nous avons des gens sur le terrain. Prenons l'exemple du Venezuela; nous avons des relations commerciales avec ce pays; nous pouvons nous montrer critiques à son endroit. Dans certains cas, nous pouvons favoriser la création d'institutions et en fait renforcer les capacités des autres pays. C'est ce qu'on appelle en gros la diplomatie économique, monsieur. Il s'agit de reconnaître qu'il est possible de faire des échanges commerciaux, tout en offrant de l'aide au développement et en essayant d'améliorer la gouvernance dans l'autre pays.

Le Honduras est un bon exemple, parce que c'était le sujet de votre dernière visite au comité. Beaucoup de témoins, dont vous, nous ont parlé de la criminalité et du trafic de stupéfiants au Honduras. En sa qualité de l'un des principaux pays donateurs au Honduras, le Canada est un important partenaire dans le développement. Nous renforçons notamment les capacités des organes judiciaires du pays. Nous sommes actifs sur les plans politique et diplomatique. Nous faisons également des échanges commerciaux. Nous sommes aussi conscients que certains exportateurs canadiens se trouvent sur le terrain. C'est ce qu'on appelle la diplomatie économique.

Je n'arrive pas à comprendre comment on peut décider de n'utiliser que certains outils diplomatiques dans un pays. Au Venezuela, par exemple, nous ne ferons que des échanges commerciaux, mais nous ne pouvons pas établir un dialogue

bilatéral; nous ne pouvons pas offrir d'aide au développement. Vous semblez dire que nous devrions seulement faire du développement et non des échanges commerciaux.

M. Pablo Heidrich: Non, aucunement. Je suis désolé, si je vous ai donné cette impression. Ce n'est pas ce que je voulais dire.

Ce que j'ai dit dans le cas du Honduras, c'est qu'un accord de libre-échange avec un pays comme le Honduras n'entraînera pas vraiment d'avantages économiques considérables. Si vous voulez vraiment aider le Honduras, vous devriez mettre davantage l'accent sur le développement.

Bon nombre de mesures liées au développement n'ont aucune valeur commerciale. Je ne suis pas du tout d'accord pour dire que tout ce qu'un pays fait sur les plans de la diplomatie et du développement — de tout pays à l'égard d'un autre — a aussi une connotation commerciale. Le Canada a fait beaucoup de choses, par exemple, en Haïti, et ce n'était pas vraiment dans le but d'y faire progresser les intérêts commerciaux canadiens. Ces initiatives ont été faites pour d'autres raisons, soit des raisons également très louables.

M. Erin O'Toole: C'est un excellent exemple. En fait, le Canada a pris les devants dans notre hémisphère pour ce qui est de l'intervention et de la reconstruction à la suite du tremblement de terre qui a ravagé Haïti, mais d'un autre côté nous avons une présence considérable, si nous avons des ressources sur le terrain. Nous avons des liens culturels avec les collectivités francophones. Ne serait-il pas aussi logique d'accroître nos débouchés commerciaux? Cela peut favoriser, par la même occasion, la croissance du PIB haïtien et aider le peuple haïtien à se relever. Voilà ce dont il est question lorsqu'on parle de diplomatie économique. C'est en fait ce que j'appellerais une politique commerciale pragmatique.

• (1135)

M. Pablo Heidrich: Réaffecter des ressources d'un aspect de la diplomatie à un autre est, selon moi, excessivement risqué. Ce n'est pas conforme aux pratiques internationales. La majorité des pays ont des relations diplomatiques qui ne sont pas nécessairement de nature commerciale, et leurs priorités politiques ne visent aucunement les questions commerciales.

Certains pays, comme la Chine, ont une politique qui met vraiment l'accent sur les échanges commerciaux, mais la Chine a une structure complètement différente, parce que la plupart des entreprises chinoises appartiennent directement ou indirectement à l'État.

M. Erin O'Toole: Pour revenir encore une fois aux échanges commerciaux, nos principaux concurrents, qui sont aussi nos alliés et amis, à savoir les États-Unis, le Royaume-Uni, la France et les autres, font progresser leur diplomatie économique. À bien des égards, ne sommes-nous pas tout simplement en train de rattraper notre retard en ce qui a trait à ce que font déjà la majorité de nos principaux concurrents et alliés du monde industrialisé relativement à leur politique étrangère?

M. Pablo Heidrich: D'après moi, nous sommes plus ou moins au même point en ce qui concerne la diplomatie commerciale. Il y a peut-être des lacunes dans le cas de l'économie canadienne; nous avons peut-être plus de politiques nationales à modifier en vue de soutenir plus efficacement les entreprises canadiennes, mais je ne vois pas pourquoi vous en avez autant besoin en ce qui a trait à la diplomatie et aux échanges commerciaux.

Le président: Merci.

Monsieur Pacetti.

M. Massimo Pacetti (Saint-Léonard—Saint-Michel, Lib.): Merci aux témoins.

Madame Campbell, ma première question s'adresse à vous.

On dit que 73 % de nos échanges commerciaux se font avec les États-Unis. Vous semblez prôner l'augmentation des échanges commerciaux avec les Américains, ou du moins vous semblez le faire en grande partie dans votre exposé, et conséquemment une diminution du commerce avec les autres pays. Vous ai-je bien compris?

Mme Ailish Campbell: Non. Voici ce que je voulais faire valoir. Compte tenu de la grande relation que nos entreprises entretiennent avec leurs clients américains, de la présence et de la vente de filiales étrangères et des investissements bilatéraux entre le Canada et les États-Unis, nous devons nous assurer d'avoir une bonne relation. Si cette relation ne fonctionne pas à son plein potentiel, le Plan d'action sur les marchés mondiaux n'offre pas aux Canadiens les occasions qui leur sont disponibles.

Mon message est d'accroître les échanges commerciaux avec l'ensemble de la planète. Il vise aussi la diversification en ce qui a trait notamment au secteur de l'énergie. Comme vous n'êtes pas sans le savoir, la diversification de nos marchés pour nos produits du secteur de l'énergie serait la meilleure mesure à prendre en vue d'accroître non seulement nos échanges commerciaux, mais aussi nos exportations totales.

M. Massimo Pacetti: En ce qui a trait au marché américain, vous voudriez parfaire cette relation, n'est-ce pas?

Mme Ailish Campbell: Absolument.

M. Massimo Pacetti: Oui. D'accord.

Vous avez parlé des pays qui ne font pas partie du PTP, notamment l'Inde, l'Indonésie, Hong Kong et la Chine; ces pays sont-ils aussi une priorité pour votre groupe, ou le PTP est-il une priorité? À quel point est-ce important, selon vous? Comment établissez-vous ce qu'est un marché préférentiel?

Je crois qu'il serait très difficile de conclure un accord avec la Chine. Dans le cas des pays du PTP, étant donné que le PTP a déjà réalisé diverses rondes de négociations, il serait probablement plus facile de nous concentrer sur certains pays du PTP. Qu'en pensez-vous?

Mme Ailish Campbell: À mon avis, nous devons faire les deux. Nos équipes de négociation en matière d'accords commerciaux en sont capables.

M. Massimo Pacetti: Ce n'est pas une bonne réponse.

Mme Ailish Campbell: C'est une bonne réponse, mais c'est aussi le moyen d'assurer la prospérité du Canada.

Le PTP nous offre des occasions avec le Japon. Il nous permet aussi de rafraîchir nos relations avec les États-Unis et le Mexique. Comme vous le savez, nous ne renégocions pas l'ALENA, qui sera de plus en plus dépassé par une nouvelle génération d'accords, comme l'accord canado-américain.

Si nous examinons les statistiques empiriques sur le commerce et les pays où nos entreprises font des échanges commerciaux et où nous établissons de nouveaux marchés, la Chine arrive au troisième rang pour ce qui est des importations et des exportations. En fait, c'est notre deuxième plus importante source d'importations, et l'absence de relations plus élaborées fait gravement défaut à notre politique étrangère. C'est difficile, mais nos concurrents y sont arrivés. L'Australie a établi un dialogue stratégique avec la Chine, ce qui a permis de dépolitiser la visite annuelle du chef d'État.

C'est devenu une simple activité annuelle. Le monde se dirige de plus en plus vers un G0 ou au moins un G2 dans lequel la Chine et les États-Unis sont incroyablement puissants dans leurs sphères d'influence, et l'établissement d'une relation permanente avec la Chine se révélera important.

La Nouvelle-Zélande a vu ses exportations agricoles en Chine quintupler depuis la conclusion d'un accord de libre-échange avec la Chine. Bref, c'est difficile, mais il faut le faire.

• (1140)

M. Massimo Pacetti: Merci.

Monsieur Heidrich, j'ai une petite question, voire quelques-unes, pour vous.

Je crois que vous avez mis le doigt sur le problème de concurrence au Canada. Nous nous sommes déjà demandé s'il s'agit d'un problème de concurrence ou de productivité. Nous concentrons-nous trop sur les États-Unis? Est-ce que nous l'avons eu tout cuit dans le bec et que tout d'un coup, nous avons eu de la difficulté à modifier notre stratégie en ce qui concerne les pays avec lesquels nous faisons du commerce? Avons-nous éprouvé des problèmes, parce que les États-Unis étaient en récession? Avons-nous mis tous nos oeufs dans le mauvais ou le bon panier?

M. Pablo Heidrich: Il est vrai que la situation des échanges commerciaux et des puissances commerciales dans le monde connaît une telle transition qu'il se peut qu'elle ne revienne pas à ce qu'elle était auparavant. Les Canadiens et les Américains sont voisins. Par conséquent, nous avons des relations commerciales bien ancrées avec eux, et cette relation est encore très importante pour les exportateurs canadiens, comme Mme Campbell vient tout juste de l'expliquer. Par contre, si nous voulons que les exportateurs canadiens connaissent du succès, le Canada doit diversifier ses marchés, en particulier en ce qui a trait aux économies émergentes qui sont actuellement les plus dynamiques et les plus susceptibles de le demeurer dans l'avenir. Cela s'avère un véritable défi en raison de la manière dont les entreprises canadiennes sont structurées. Je constate la présence d'une certaine culture au Canada; il faut davantage nous tourner vers les marchés mondiaux.

M. Massimo Pacetti: J'en conviens.

M. Pablo Heidrich: Nos ambassades et nos délégués commerciaux accomplissent vraiment un excellent travail, mais je crois que nous connaissons plus de succès si nous tenons compte des leçons apprises par les autres pays.

M. Massimo Pacetti: Mon temps est-il écoulé?

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Cannan, vous avez la parole.

L'hon. Ron Cannan (Kelowna—Lake Country, PCC): Je siège au comité depuis un peu plus de huit ans. En 2006, nous avions des accords de libre-échange avec cinq pays; nous en avons actuellement avec 43 pays, et ce n'est pas fini. Nous comptons sur les États-Unis, et le premier ministre Harper et maintenant le ministre Fast cherchent activement de nouveaux marchés, parce que nous devons nous diversifier.

Il est pertinent de mentionner, madame Campbell, que vous détenez un doctorat de l'Université Oxford. Félicitations. Je vous remercie d'être revenue témoigner devant notre comité.

Madame Campbell, dans votre exposé, vous avez parlé de quatre éléments prioritaires. Vous avez mentionné la relation forte et positive avec les États-Unis, et mon collègue Massimo vient de dire que cette relation représentait 73 % de nos échanges commerciaux. À une certaine époque, cela s'élevait à 85 %. Il y a donc une diversification de ce côté. Nous avons continué de mettre sur pied des initiatives; en tant que vice-président de notre Groupe interparlementaire Canada-États-Unis... Le président de notre comité travaille d'arrache-pied avec les autorités américaines en vue d'essayer de faire lever certaines restrictions privilégiant l'achat de biens américains ou mettant l'accent sur le pays d'origine, y compris la réglementation sur l'étiquetage du pays d'origine que les Américains ont adoptée. Nous collaborons en vue de mettre en oeuvre l'AECG. Était-ce votre deuxième ou troisième point? Vous avez aussi parlé du PTP de la zone Asie-Pacifique et bien entendu du récent accord avec la Corée du Sud, qui a été annoncé en mars, ainsi que des marchés émergents.

L'un des objectifs du PAMM est d'adapter les ressources du Canada en matière de promotion du commerce en vue d'aider les entreprises canadiennes à tirer profit des débouchés dans les marchés émergents en forte croissance. Est-ce une bonne approche, selon vous?

Mme Ailish Campbell: Tout d'abord, je crois que c'est ambitieux, et j'aime cela. Je crois qu'on doit être plus agressif et saisir les occasions associées aux marchés émergents. Je crois qu'il faut prendre toutes les mesures possibles pour accroître nos relations avec le Congrès des États-Unis. Les relations entre le Parlement et le Congrès sont très utiles; les relations accrues avec tous les partis, les gouverneurs et les États sont également essentielles. Je félicite le président du comité et les autres pour leur travail avec les États-Unis et avec les États, de même qu'avec leurs contacts politiques de toutes les allégeances. J'aimerais en savoir un peu plus au sujet des services consulaires des États-Unis avant de les commenter.

J'ai regardé les plans ministériels — je n'arrive pas à retenir les sigles —, les plans et priorités ministériels et les rapports au Parlement. Vous connaissez les sigles mieux que moi. Nous avons certains chiffres macro-économiques, mais je n'ai pas de chiffre exact pour vous dire si l'empreinte a changé et quelle en a été l'incidence.

De plus, pour s'implanter sur les nouveaux marchés, il faut à mon avis tenir compte de deux éléments importants. D'abord, les connaissances et le sens des affaires locaux dans ces marchés seront essentiels. Nous devons miser sur les associations commerciales et sur les communautés de la diaspora canadiennes qui connaissent bien ces marchés pour élaborer des plans qui nous permettront de réussir.

Ensuite, j'ai parlé de chiffres, mais nous devons maximiser l'utilisation de nos outils numériques. Il faudrait utiliser le site Web du MAECD. Il est parfois difficile de s'y retrouver. Je propose de l'améliorer, pour permettre une communication plus efficace avec les entreprises de toutes les tailles. Certains changements ne nécessitent pas d'investissement, mais de mieux se concentrer et d'être plus efficace, et d'utiliser les bonnes personnes et les bons talents pour opérationnaliser le MAECD.

● (1145)

L'hon. Ron Cannan: Merci.

Vous avez parlé de diversification et d'expansion du commerce, et je suis on ne peut plus d'accord avec vous: la marée montante soulève tous les bateaux, tant pour les marchés émergents que pour les entreprises canadiennes. Le gouvernement veille notamment à ce

que les entreprises canadiennes aient le soutien nécessaire pour réussir à l'étranger. Selon d'autres témoins, seulement 18 % des entreprises canadiennes exportent leurs produits; nous tentons donc d'accroître les possibilités d'exportation.

Croyez-vous que la diplomatie économique favorisera la réussite des entreprises canadiennes à l'étranger?

Mme Ailish Campbell: Je crois qu'un autre membre du comité a dit qu'il s'agissait d'une façon pratique de faire des affaires; c'est une politique pragmatique. À mon avis, l'hypothèse selon laquelle il y aurait une cloison étanche entre nos ressources politiques et nos ressources diplomatiques économiques est un peu simpliste et ne servirait pas les intérêts des Canadiens.

Je crois aussi que l'idée que les entreprises ne se préoccupent pas des droits de la personne dans les pays où elles s'installent est très naïve. Les entreprises croient aux droits de la personne, non seulement parce qu'il s'agit de la bonne chose à faire, mais aussi parce qu'elles y sont tenues en vertu des lois nationales et internationales. Leurs employés sont aussi bien ancrés dans ces collectivités à titre de chefs d'entreprise. Les personnes qui mènent des opérations dans les marchés émergents y vivent également; ce sont donc des citoyens ou des membres participatifs de la société. Je crois que la division naïve entre la politique et l'économie n'est plus réaliste, si elle l'a déjà été.

J'ai travaillé pendant 10 ans dans la fonction publique; j'ai eu l'honneur de travailler au ministère des Affaires étrangères, et je ne connais pas un ambassadeur canadien qui ne comprend pas qu'il a à la fois un mandat politique et des intérêts économiques à soutenir.

Je ne crois pas qu'il y ait une seule entreprise canadienne qui remettrait en question l'intérêt national et l'intérêt public canadien ou le fait que certaines valeurs canadiennes dépassent les intérêts des entreprises. Aucun PDG de notre organisation ne remettrait en question ce principe ou ne refuserait d'appuyer les mesures prises par la communauté diplomatique canadienne pour traiter de questions importantes en matière des droits de la personne ou pour répondre aux besoins de base importants en matière de développement dont a parlé mon éminent collègue comme l'hygiène, la santé maternelle ou l'éducation. Ces objectifs ne sont pas mutuellement exclusifs, et je rejette catégoriquement l'idée que nos ressources diplomatiques, nos ambassadeurs, ne sont pas suffisamment avertis pour comprendre à quel moment ils doivent prendre des mesures relatives à ces divers intérêts.

Le président: Vous n'avez plus de temps, et je ne crois pas que vous puissiez rendre justice à votre question ou à sa réponse en 10 secondes.

L'hon. Ron Cannan: Je tiens à remercier Mme Campbell pour sa courte réponse et pour son service. Je sais qu'elle a travaillé au sein d'Industrie Canada, qu'elle est un précieux atout pour le pays et qu'elle poursuivra son excellent travail.

Merci.

Le président: Merci beaucoup.

Madame Liu, vous avez la parole.

Mme Laurin Liu (Rivière-des-Mille-Îles, NPD): Je remercie les témoins de leur éloquent témoignage. Vous avez tous deux témoigné lors de notre étude sur le Honduras et le Canada. En ce qui a trait au point précédent sur les droits de la personne, je crois qu'il est juste de dire qu'aucune entreprise ne s'installe dans un pays dans le but de violer les droits de la personne, mais je crois que la signature d'accords commerciaux avec un pays comme le Honduras, où le système de justice comporte des faiblesses, est problématique.

Monsieur Heidrich, j'aimerais vous donner l'occasion de répondre à une question que mon collègue a posée à Mme Campbell au sujet d'un point du PAMM, qui parle de « mettre à jour les accords de libre-échange déjà en vigueur afin d'optimiser les avantages pour les travailleurs, les exportateurs, les entreprises et les investisseurs canadiens. »

À votre avis, monsieur Heidrich, est-ce qu'il y a suffisamment de preuves pour démontrer un lien de causalité entre les accords de libre-échange, la création de la richesse et les gains de productivité ou l'emploi?

• (1150)

M. Pablo Heidrich: Non, il n'y a aucun lien de cause à effet entre la signature des accords de libre-échange ni même les traités bilatéraux d'investissements et l'augmentation de la productivité, de la compétitivité, du nombre d'emplois ou du salaire réel moyen d'un pays. Cela dépend de la façon d'utiliser les autres outils politiques.

Si vous avez la capacité et le savoir-faire nécessaires pour mettre en place des politiques efficaces pour compléter ces accords, alors vous obtiendrez peut-être ces résultats. Je crois que les accords de libre-échange et les traités bilatéraux d'investissement sont des instruments politiques qui permettent d'atteindre ces objectifs, mais ils ne créent pas à eux seuls les conditions nécessaires pour ce faire.

Par exemple, vous avez parlé du Honduras. Je ne crois pas du tout que le pays aura la capacité politique publique nécessaire pour en tirer profit de manière importante.

Si les pays A et B signent un accord de libre-échange et que le pays A est doté de décideurs très compétents, il pourra tirer profit de l'accord de libre-échange tandis que le pays B ne le pourra peut-être pas. L'accord de libre-échange ou le traité bilatéral d'investissement constitue la partie facile dans tout cela.

Mme Laurin Liu: Merci.

J'ai également lu avec beaucoup d'intérêt votre article intitulé « Trade Policy of Trading Places », publié le 19 décembre dernier. Dans cet article, vous dites que si le Canada souhaite croître de manière équilibrée et durable par l'entremise des exportations, il doit se concentrer sur la promotion des secteurs en difficulté, qui sont importants. Vous énumérez ensuite quelques secteurs comme les pâtes et papiers, les pièces automobiles et les technologies des télécommunications.

Pourriez-vous nous dire pourquoi c'est important et comment le Canada pourrait favoriser ces secteurs?

M. Pablo Heidrich: Une des raisons pour lesquelles les exportations canadiennes n'ont pas augmenté au même rythme que celles des autres pays, c'est que notre panier de biens échangeables a beaucoup changé au cours des 15 dernières années. Nous exportons maintenant beaucoup plus de ressources naturelles et beaucoup moins de produits manufacturés. Ce changement est attribuable aux investissements accrus dans les sables bitumineux, l'industrie minière et la potasse, et à leur expansion. Il est également attribuable à l'augmentation générale de la valeur du dollar canadien et à la concurrence accrue des autres pays, surtout de la Chine, mais aussi

d'autres pays asiatiques et de certains pays de l'Amérique latine, qui sont des concurrents directs du Canada. Les exportations canadiennes de produits manufacturés ont donc diminué.

Mme Laurin Liu: Dans ce même article, vous dites que les principaux produits d'exportation du Canada se vendent tout seuls. Pourriez-vous préciser?

M. Pablo Heidrich: Pardon, pouvez-vous répéter?

Mme Laurin Liu: Dans cet article, vous dites que les principaux produits d'exportation du Canada, à savoir les ressources naturelles, se vendent tout seuls.

M. Pablo Heidrich: Tout à fait, oui. La plupart des exportations canadiennes sont des ressources naturelles, et la plupart d'entre elles n'ont pas besoin de promotion. Les gens achètent le pétrole parce qu'ils en ont besoin. La plupart des pays n'imposent pas de tarif sur le pétrole, l'argent, l'or ou l'uranium, mais en imposent sur les textiles, les produits technologiques et les services d'ingénierie, que le Canada exporte également, et qu'il pourrait exporter davantage. Cela changerait l'économie canadienne, qui deviendrait plus durable et plus équitable.

Mme Laurin Liu: Rapidement, j'aimerais poser une question à Mme Campbell, si...

Le président: Désolé, votre temps est écoulé. Il vous reste quatre secondes, et je sais que ce ne sera pas suffisant.

Monsieur Shory, vous avez la parole.

M. Devinder Shory (Calgary-Nord-Est, PCC): Je remercie les témoins.

Madame Campbell, je vous ai bien entendue, et je suis d'accord avec vous, dans une certaine mesure, au sujet de l'importance et de la force d'une relation stable et solide avec les États-Unis, et aussi de la diversification de nos relations commerciales pour atteindre d'autres marchés émergents rapidement. À mon avis, peu importe notre degré de diversification, les États-Unis demeureront notre plus important partenaire commercial. Comme nous sommes voisins, il est très important d'entretenir de bonnes relations commerciales avec eux.

Je regardais également le récent rapport de la Chambre de commerce du Canada dont vous avez fait mention, qui s'intitule « Un point tournant: Comment rétablir notre succès commercial sur les marchés étrangers ». Je lisais l'introduction, qui parlait des obstacles et de la nécessité pour le Canada de prendre des mesures pour accroître sa productivité et améliorer ses infrastructures de transport, et d'ouvrir de nouveaux marchés par l'entremise d'accords de libre-échange. Mon collègue, M. Cannan, a parlé de notre programme de promotion du commerce qui a permis de négocier ou de conclure des accords avec 38 nouveaux marchés; cela répond donc à la question.

Le rapport fait également de nombreuses recommandations à des fins d'amélioration selon quatre thèmes. J'ai été attiré par le quatrième thème, qui parle d'intégrer le secteur privé dans les stratégies de développement international du Canada. À ce sujet, je viens de lire que ce matin, devant la Chambre de commerce du Canada, le ministre Fast avait mis en place un comité consultatif pour la mise à jour des stratégies commerciales.

De plus, par le passé, j'ai participé à des consultations avec les intervenants, notamment du secteur privé, qui est très actif à mon avis.

J'aimerais lire un passage d'un communiqué de presse que votre organisation a publié en novembre dernier:

En désignant la diplomatie économique comme élément clé de l'avancement des intérêts commerciaux du Canada, le gouvernement fédéral fait en sorte que les entreprises canadiennes bénéficient du soutien nécessaire pour réussir à l'étranger.

Pourquoi la diplomatie politique est-elle si importante pour les entreprises canadiennes? Comment les entreprises en font-elles bon usage? Bien sûr, je suppose que cela fait partie de la création de possibilités. Que doivent faire les entreprises du secteur privé pour tirer profit des possibilités créées grâce au plan d'action sur les marchés mondiaux? Je le répète, le gouvernement du Canada signe et conclut des accords...

• (1155)

Le président: Vous avez pris trois minutes pour votre question. Je vais vous donner deux minutes pour répondre.

M. Devinder Shory: Je n'avais que cinq minutes?

Le président: Oui.

Mme Ailish Campbell: Je dirais que pour réaliser ce thème, nos entreprises canadiennes doivent orienter leurs stratégies d'affaires vers les marchés en croissance.

Je sais que les membres du comité se déplacent partout au Canada pour leur travail dans leur circonscription et pour le travail du comité. Je vous incite à poser une question simple à toutes les entreprises que vous rencontrez: « Quel est votre plan pour intégrer les nouveaux marchés? » Vous pourriez également leur demander: « Quels sont les outils dont le gouvernement a besoin pour vous aider à réaliser ce plan? » Si les entreprises n'ont pas de plan, c'est qu'elles ont des lacunes en matière de gestion. Or, si elles sont dotées d'un plan, elles ont alors accès aux outils financiers de notre solide système bancaire.

Le marché est déjà très ouvert, et j'aimerais qu'il le soit encore davantage. Je leur demanderais par exemple si elles ont le talent dont elles ont besoin, et si elles ont besoin d'un talent particulier, qui pourrait être développé en collaboration avec les établissements d'enseignement locaux. Est-ce qu'elles peuvent trouver ce talent et y avoir accès à distance ou de façon temporaire, ou s'associer pour construire des installations dans un autre marché?

Dans l'ensemble, nous avons fait valoir auprès de nos entreprises — les leaders du marché — qu'il fallait élaborer une stratégie pour l'Asie. Plus particulièrement, est-ce que la Chine fait partie de leurs plans, puisqu'il s'agit d'un marché d'un milliard de personnes? Et l'Inde, par exemple, puisqu'il s'agit d'un énorme marché en croissance... Il se trouve toutefois au 120^e rang sur 150 pays dans le classement des économies selon la facilité de faire des affaires. Le pays ne jouit pas de la même primauté du droit que le Canada ni de l'absence de corruption ou des mêmes pratiques commerciales. À cet égard, nos ressources diplomatiques sont essentielles pour aider les entreprises canadiennes à naviguer dans ces marchés complexes, surtout avec les éléments bureaucratiques associés à l'importation et l'exportation.

Merci.

Le président: Très bien.

Je tiens à remercier les témoins d'être venus. Vous êtes toujours bien informés et vos témoignages sont toujours très instructifs pour les membres du comité. Nous vous en remercions.

Sur ce, nous allons suspendre la séance pour nous préparer à entendre les prochains témoins.

• (1155)

(Pause)

• (1200)

Le président: Nous reprenons nos travaux.

Nous avons notre deuxième groupe de témoins.

Nous avons ici avec nous M. Quick, président et chef de la direction de l'Association des industries aérospatiales du Canada.

Par vidéoconférence depuis Québec, nous avons également M. Duncan Cameron. Je tiens à m'excuser, monsieur Cameron, d'avoir dû annuler la réunion de jeudi dernier. Je crois que vous êtes venu en voiture de Québec. J'espère que vous avez fait bonne route, mais je tiens à m'excuser au nom du comité de ne pas avoir pu vous accueillir à ce moment-là.

Dites-moi, est-ce que vous m'entendez bien?

M. Duncan Cameron (à titre personnel): Très bien, merci.

Le président: Bien, vous pouvez nous entendre, nous pouvons vous entendre, alors allons-y.

Nous allons commencer par M. Quick. La parole est à vous.

M. Jim Quick (président et chef de la direction, Association des industries aérospatiales du Canada): Merci, monsieur le président et mesdames et messieurs.

L'industrie aérospatiale canadienne est la cinquième en importance au monde. Elle regroupe plus de 700 entreprises canadiennes de toutes les provinces et régions du pays et fournit du travail à quelque 170 000 Canadiens. Notre industrie génère des revenus annuels de 42 milliards de dollars, et notre contribution au PIB est d'environ 27 milliards de dollars par année.

L'aérospatiale est une industrie très mondialisée. Quatre-vingts pour cent des revenus de l'aérospatiale proviennent des produits exportés qui sont destinés à diverses régions du monde, comme les États-Unis, l'Europe, la Chine, la Russie, le Moyen-Orient et l'Amérique latine. Soixante pour cent de ces exportations entrent directement dans la chaîne d'approvisionnement mondiale.

En 2012, le gouvernement du Canada a chargé l'honorable David Emerson, ancien ministre de l'Industrie et du Commerce international, de diriger un examen de toutes les politiques et tous les programmes gouvernementaux relatifs à l'aérospatiale et destinés à accroître la compétitivité du Canada à l'échelle mondiale. L'examen contenait plusieurs recommandations liées au commerce international.

Le Plan d'action sur les marchés mondiaux, ou PAMM, qui a été présenté en 2013, fournit des réponses directes aux recommandations de M. Emerson. Toutes les sections du PAMM contiennent des éléments qui favoriseront l'expansion des activités commerciales internationales des entreprises de notre industrie. Aujourd'hui, j'aimerais aborder brièvement quelques-uns des principaux éléments du PAMM et vous expliquer l'importance de ces initiatives dans le contexte de l'industrie aérospatiale canadienne et de notre stratégie d'accès aux marchés mondiaux et de développement commercial.

Les marchés de l'industrie aérospatiale canadienne se divisent en deux catégories: les marchés établis, comme les États-Unis et l'Union européenne, et les marchés émergents, comme l'Asie-Pacifique, l'Amérique latine, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord.

Nous prévoyons qu'à mesure que les marchés émergents continueront de croître, la demande d'aéronefs sera supérieure à l'offre nationale. Par conséquent, nous croyons que la politique publique devrait considérer les marchés émergents comme un potentiel net plutôt qu'une menace pour le secteur canadien de la fabrication aérospatiale.

La stratégie d'accès aux marchés de l'AIAC combine un engagement à maintenir les solides relations commerciales que nous avons établies ces dernières décennies avec les pays développés grâce à la création de partenariats avec les acteurs mondiaux de l'aérospatiale, et des efforts importants pour miser sur les nombreuses nouvelles occasions qui sont offertes dans les marchés émergents du monde entier. L'équilibre entre les marchés établis et les marchés émergents cadre très étroitement avec les priorités énoncées dans le PAMM, soit les priorités liées à l'industrie. D'ailleurs, bon nombre des marchés clés désignés dans le PAMM sont aussi des marchés prioritaires pour l'industrie aérospatiale canadienne, notamment les marchés comme la Chine, l'Inde, le Brésil, le Mexique, les Émirats arabes unis, la Russie, les États-Unis, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et le Japon.

Dans l'une des recommandations clés de son rapport au gouvernement, M. Emerson souligne que c'est une pratique commerciale courante pour les diplomates étrangers et les dirigeants politiques de haut niveau de promouvoir énergiquement les capacités et les intérêts industriels de leur pays dans le cadre des négociations et des relations diplomatiques. David écrit: « [...] les gouvernements étrangers ont pris note de l'approche relativement passive adoptée par le Canada et l'interprètent parfois comme un manque d'enthousiasme ou d'engagement à l'égard des produits canadiens ».

Nous sommes ravis que la recommandation de M. Emerson visant à renforcer l'approche du Canada à l'égard de la diplomatie économique ait été incluse dans le PAMM. Nous sommes convaincus que ce changement essentiel dans notre façon de soutenir les activités commerciales sur le plan diplomatique profitera directement à l'industrie aérospatiale canadienne. Au bout du compte, il favorisera également notre capacité de stimuler les revenus, l'emploi et la contribution à l'économie canadienne. Le Canada s'est beaucoup amélioré à cet égard, et nous devons continuer de favoriser ces mesures pour réussir à l'étranger.

Le Service des délégués commerciaux est un autre élément clé reconnu dans le PAMM. L'AIAC et nos membres en sont les principaux utilisateurs, et nous avons établi une relation très étroite avec les délégués commerciaux du monde entier dans le cadre de nos activités de développement du commerce international. Les délégués commerciaux sont une ressource vitale sur le terrain pour nos membres qui veulent accroître leur présence mondiale ou comprendre comment exercer leurs activités commerciales à l'étranger. De plus, le SDC travaille en étroite collaboration avec l'AIAC pour faciliter la participation de l'industrie aux missions commerciales ciblées et aux expositions industrielles et commerciales, notamment en invitant des délégations étrangères à notre sommet de l'aérospatiale ici, à Ottawa.

Nous sommes partisans et bénéficiaires de longue date du Service des délégués commerciaux et nous félicitons le gouvernement d'avoir inclus ce service dans le PAMM. Il ne fait aucun doute qu'en ce qui concerne les échanges commerciaux du Canada à l'échelle internationale, le Service des délégués commerciaux est l'un des outils les plus utiles dont nous disposons. L'engagement, énoncé dans le PAMM, à miser sur le Service des délégués commerciaux dans des secteurs clés, dont l'aérospatiale, leur permettra d'être encore plus efficaces à l'avenir dans l'exécution de leur mandat.

● (1205)

L'engagement du PAMM à attirer des investissements étrangers directs, ou IED, est également essentiel pour le secteur canadien de l'aérospatiale. L'IED permet à notre industrie de combler l'écart qui existe actuellement entre notre propre chaîne d'approvisionnement, les grands fabricants d'équipement d'origine et les petites entreprises qui fabriquent des pièces et des systèmes. À l'avenir, il sera très important d'attirer des investissements au Canada de façon à augmenter la capacité de la chaîne d'approvisionnement canadienne.

La diplomatie économique suppose également la promotion de nos capacités d'innovation. Le Canada est un chef de file mondial de l'industrie aérospatiale dans plusieurs créneaux clés, comme les jets d'affaires, les moteurs, les trains d'atterrissage et la simulation. Ces créneaux sont presque tous étroitement liés à notre capacité d'innovation. D'ailleurs, aucune autre industrie au Canada n'investit davantage en R-D que l'aérospatiale. En 2012, nous avons consacré 20 % de toutes nos activités et 1,6 milliard de dollars à la R-D.

L'innovation est essentielle à notre avantage concurrentiel, en particulier par rapport aux acteurs émergents qui n'ont pas la même capacité et le même patrimoine en matière d'innovation. Grâce au PAMM, nos portes s'ouvrent déjà sur ce plan. Cet automne, les entreprises aérospatiales canadiennes pourront participer à l'initiative Horizon 2020 de l'UE, une occasion unique pour elles de mener de nouveaux projets de recherche et de développement technologiques, en partenariat avec l'UE.

Le PAMM accorde aussi un degré élevé de priorité aux accords commerciaux et aux ententes axées sur le commerce; c'est un autre point important du rapport Emerson. Comme l'a souligné M. Emerson, pour une industrie fortement tributaire de l'exportation de produits à des prix concurrentiels, les accords multilatéraux et bilatéraux qui misent sur le libre-échange et l'accès aux marchés prioritaires sont absolument essentiels.

L'accord de libre-échange conclu récemment entre le Canada et la Corée en est un excellent exemple. Quand la Corée a signé des accords de libre-échange avec les États-Unis et l'Union européenne, les entreprises aérospatiales canadiennes ont été désavantagées. Nos exportations vers la Corée ont chuté de 80 %, passant de 180 à 35 millions de dollars à peine en 2012. Notre accord avec la Corée élimine les droits qui peuvent s'élever actuellement jusqu'à 8 %; cela crée des règles du jeu équitables pour nos entreprises. Nous croyons donc pouvoir compenser la perte de notre part de marché et accroître notre présence en Corée et dans la région Asie-Pacifique en général.

Puisque nous sommes des chefs de file en matière d'innovation, que nous fournissons à des dizaines de milliers de Canadiens des emplois hautement spécialisés et très rémunérateurs et que nous consacrons des milliards de dollars au développement économique chaque année, nous nous considérons comme un secteur essentiel de l'économie canadienne. Nous nous réjouissons d'être reconnus comme tels dans le PAMM.

Les grandes industries intégrées à l'échelle mondiale, comme la nôtre, qui ont un intérêt important dans l'accès aux marchés mondiaux et les enjeux commerciaux internationaux, seront les plus compétitives lorsque l'industrie et le gouvernement travailleront en étroite collaboration pour élaborer des stratégies ciblées. Ces stratégies nous aideront à tirer parti de notre avantage sur nos concurrents.

Au bout du compte, le succès à long terme de l'industrie aérospatiale canadienne est lié aux politiques commerciales et d'accès aux marchés du Canada. Comme vous l'avez entendu, les priorités énoncées dans le PAMM cadrent très étroitement avec celles de la stratégie globale d'accessibilité et de développement des marchés de l'industrie aérospatiale. Elles reflètent en particulier les principales recommandations présentées dans le rapport de M. Emerson sur la compétitivité de l'industrie mondiale de l'aérospatiale.

Il ressort de toute évidence du rapport que le gouvernement et l'industrie peuvent collaborer étroitement afin de créer des occasions propices à la réussite des entreprises canadiennes. Nous croyons que le PAMM met en évidence ce genre de collaboration, de même que la réussite qui peut en découler.

● (1210)

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons maintenant entendre M. Cameron, qui nous présentera un point de vue universitaire. La parole est à vous, monsieur.

M. Duncan Cameron: Merci beaucoup.

C'est tout un honneur pour moi de témoigner devant un comité de la Chambre des communes. D'ailleurs, il n'y a pas de plus grand honneur pour un citoyen que d'avoir la chance de parler à ses représentants.

Mes observations sont fondées sur l'histoire économique canadienne. Comme toutes les personnes présentes ici, je m'intéresse à ce qui peut permettre d'améliorer la qualité de vie au Canada: bons emplois, croissance durable et prospérité commune.

Pour des motifs que j'espère pouvoir expliquer clairement, je désapprouve la politique commerciale canadienne, et ce, depuis environ 30 ans, pour des raisons semblables à celles qui ont mené le regretté sous-ministre délégué au Commerce international, le ministre Mitchell Sharp, de qui je relevais à mes débuts au ministère des Finances en 1966, à s'opposer à l'accord canado-américain. Pour les mêmes raisons qui l'ont mené à s'opposer à cet accord, je m'y suis également opposé. L'approche que je privilégie est le commerce multilatéral sectoriel. Je conçois mal une politique commerciale axée sur l'industrie et les associations commerciales, et j'ai des réserves au sujet du bilatéralisme.

Je veux faire trois brèves observations: premièrement, la politique commerciale doit suivre la politique économique, le type de politique industrielle dont parlait David Emerson dans son rapport, et non la définir; deuxièmement, la politique commerciale est fondamentalement liée à l'investissement — l'investissement canadien et l'industrie canadienne — et non aux exportations; et troisièmement, les négociations commerciales bilatérales sont coûteuses, car nous devons faire davantage de concessions dans ces négociations que dans les négociations multilatérales, où nous obtenons les avantages que les autres réussissent à négocier.

C'est une chose qui était vraiment très claire pour moi quand nous avons négocié l'ALENA. Je suis allé à Mexico environ trois fois pour discuter avec les Mexicains. Pour réussir au Mexico ou ailleurs, une entreprise a besoin d'un produit convoité. Elle a besoin de financement. Elle a besoin d'une infrastructure afin de livrer ses produits à temps. Aussi importante que puisse être la stratégie commerciale, elle ne peut rien faire de tout cela.

Les accords commerciaux ne créent pas les conditions propices à de bonnes relations entre les entreprises et le gouvernement. L'ancien économiste en chef au ministère du Commerce international, Dan

Ciuriak, a parlé des « coûts irrécupérables » requis pour le commerce et des difficultés que connaissent de nombreuses petites et moyennes entreprises à ce chapitre. La fluctuation des taux de change crée des risques importants et peut-être des occasions temporaires.

Une politique économique fructueuse a besoin d'entreprises normalement très présentes sur le marché intérieur, à l'exception peut-être de l'industrie du divertissement, où l'on commence à l'étranger et on connaît ensuite du succès au pays. Les sociétés commerciales ont une base solide en recherche et développement, une capacité de production nationale, des installations de transport de qualité supérieure, des pratiques de production écologiques, des conditions de travail sécuritaires et de bonnes relations avec leurs syndicats. Ces sociétés devraient être l'objectif de la politique économique canadienne. Grâce à elles, nous pouvons réussir sur le plan international.

Ma deuxième observation, c'est que l'on dit souvent que l'exportation crée la prospérité, ce qui est vrai. Mais si c'est vrai, cela signifie-t-il que l'importation nuit à la prospérité? À la lecture du document sur les marchés mondiaux, j'ai cru comprendre que cela a davantage à voir avec la doctrine appelée le mercantilisme, selon laquelle si on a une forte présence à l'échelle internationale, on peut accumuler aujourd'hui — à l'époque, c'était de l'or — des profits tirés de l'exportation, et c'est ce qui correspond à la prospérité.

Le Canada a des sociétés rentables. D'ailleurs, les bénéficiaires non répartis — les liquidités, « l'argent mort », comme l'appelait Mark Carney — dépassent maintenant la dette nationale au Canada. J'ignore comment cela profite directement aux Canadiens.

Quand je pense aux exportations, j'en conclus qu'en fait, nous exportons afin de pouvoir importer. Nous pouvons fabriquer des téléviseurs ici, ou nous pouvons cultiver du blé et acheter des téléviseurs avec les profits. Pourquoi ferions-nous des échanges commerciaux si ce n'est pour importer des biens à valeur ajoutée? Le Canada s'est enrichi en exportant des produits nécessitant peu de main-d'oeuvre, comme le blé et le pétrole, et en important des produits à valeur ajoutée, comme les produits électroniques de consommation. Nous en avons payé le prix, en ce sens que notre taux de chômage a toujours été plus élevé qu'il aurait dû l'être et qu'il l'était par rapport aux États-Unis.

● (1215)

De plus, si nous exportons davantage, nous serons très vulnérables aux ralentissements dans le marché de l'exportation. Depuis l'époque du commerce des fourrures, chaque fois que le Canada a exporté des produits de première nécessité — et c'est devenu très rentable de le faire —, cela s'est terminé par un ralentissement majeur. Le ralentissement le plus important a eu lieu dans les années 1930, quand nous avons perdu le marché mondial du blé. La moitié des gens de la Saskatchewan ont perdu leur emploi, et les agriculteurs ont entrepris la marche sur Ottawa.

Le fondement des exportations, c'est l'investissement, et il y a eu très souvent au Canada des investissements étrangers importants, comme dans le bitume actuellement. Ces investissements étrangers doivent être appuyés par les ventes à l'étranger, ce qui nécessite des pipelines, des installations et des marchés dynamiques. Si, pour une raison ou pour une autre, ces marchés s'étiolent, il devient impossible d'assumer les coûts de ces investissements. L'ensemble de l'industrie est en grande difficulté, et l'ensemble de l'économie canadienne l'est aussi.

Lorsqu'on bâtit une économie sur la croissance des exportations en proportion du PIB, on devient de plus en plus vulnérable aux conditions économiques mondiales.

Tous les membres du comité connaissent bien le déficit courant du Canada, qui est apparu en 2008. Il était d'environ 60 milliards de dollars l'année dernière et l'année précédente, et il a atteint environ 275 milliards de dollars ces cinq dernières années. Ce sont nos déficits, services et revenus d'investissement, d'environ 25 milliards de dollars chacun, qui expliquent cette situation; ce problème doit être abordé dans le document relatif à la stratégie commerciale. Comment devons-nous faire face à notre déficit courant?

Actuellement, nous permettons au dollar canadien de chuter, ce qui aidera à équilibrer les comptes externes. Évidemment, en même temps, cela fait baisser le niveau de vie des Canadiens. Les exportateurs de ressources canadiennes obtiendront davantage en dollars canadiens pour leurs ventes en devises étrangères au même prix, mais les fusions et acquisitions — le magazine *Maclean's* en parlait ce matin — augmenteront également. Les gens de Hamilton se souviennent du jour où la U.S. Steel a acheté Stelco; elle a promis de maintenir 3 000 emplois, mais elle a ensuite mis fin aux activités de fabrication d'acier. Maintenant, il semble qu'elle va raviver l'économie.

Nous avons des problèmes liés à l'investissement étranger sur le plan du secteur des exportations, et en fait sur le plan de l'économie nationale. Nous sommes entrés dans un monde de sociétés mobiles qui cherchent à obtenir de la main-d'œuvre au coût le plus bas possible, qui favorisent des mesures visant notamment à faire venir des travailleurs temporaires, à abaisser les salaires par des coupes dans l'assurance-emploi ou, comme on l'a fait dans le budget de 1995, à éliminer le régime d'assistance publique du Canada et, par conséquent, les fonds fédéraux consacrés à l'aide sociale. Ces mesures servent peut-être à réduire les salaires au Canada, mais elles ne renforcent pas nécessairement l'économie canadienne ni n'avantagent les exportateurs.

Les traités bilatéraux que le Canada a conclus avec les États-Unis ont donné aux entreprises américaines ce qu'elles voulaient: la protection des investissements à l'étranger, l'ouverture des marchés des services et du commerce, la protection des droits de propriété intellectuelle et le droit de poursuivre les gouvernements au Canada. Je doute que le Canada ait aussi bien réussi. Nous avons toujours les mêmes lois protectionnistes. Nous avons cédé beaucoup d'outils stratégiques pour l'amélioration et la transformation des matières premières. Nous avons cédé les marchés publics. Nous avons cédé les taxes à l'exportation. Nous avons cédé les programmes propres aux secteurs autres que la sécurité nationale ou, ironiquement, l'énergie.

J'ai lu les mémoires de Jean Chrétien, dans lesquelles il parlait de la stratégie de bas prix de l'industrie du tourisme. Nos partenaires de libre-échange exigent maintenant que les citoyens américains présentent leur passeport américain lorsqu'ils retournent aux États-Unis, et cela fait très mal à l'industrie touristique canadienne sur le plan des recettes en devises étrangères provenant du tourisme. Je vis à Québec. L'hôtel des touristes américains, Le Concorde, est fermé; pourtant, Québec est une destination touristique de calibre mondial.

En ce qui concerne les goulots d'étranglement, les traités commerciaux ne permettent pas de construire un pont vers Détroit ni d'ailleurs de construire un pipeline Keystone XL; je dirai donc que la politique commerciale doit être fondée sur une stratégie permettant d'assurer un mécanisme d'investissement au Canada. Les investissements canadiens, pour la plupart des exclusivités mondiales, donnent des résultats pour l'industrie aérospatiale, comme l'a souligné David Emerson dans son rapport, mais ils ne semblent pas donner d'aussi bons résultats dans d'autres secteurs, ce qui est dommage.

● (1220)

Pour terminer, permettez-moi de vous parler brièvement des accords commerciaux multilatéraux, que le Canada a inventés dans les années 1930, avant la Seconde Guerre mondiale, dans les Accords d'Ottawa.

Après l'échec de l'Organisation mondiale du commerce au Congrès, il y a eu l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, et à la suite de la Seconde Guerre mondiale, les droits de douane sur les produits industriels s'élevaient à près de 50 %. Nous les avons négociés à la baisse — à moins de 10 % — dans le cadre des négociations bilatérales. Lors de ces négociations, étant donné que 80 % des exportations canadiennes étaient destinées aux États-Unis et que 60 % — c'est maintenant 50 % — des importations au Canada provenaient des États-Unis, la plupart de nos concessions ont été accordées aux États-Unis, et nous avons dû faire des concessions importantes afin d'augmenter notre part de marché aux États-Unis.

Puis, les Américains, pour qui le marché canadien représentait 20 % — et maintenant 15 % —, ont dû négocier et faire des concessions à d'autres pays pour 85 % de leur marché national. En vertu de la politique relative à la nation la plus favorisée, le Canada a pu profiter de chacune de ces concessions, indépendamment du prix qu'il a dû payer pour obtenir des concessions sur le plan bilatéral.

Je terminerai en disant que les avantages du commerce multilatéral dans les négociations avec d'autres pays sont considérables et qu'ils devraient être prioritaires pour la politique commerciale du Canada.

Merci beaucoup.

● (1225)

Le président: Merci beaucoup.

Nous allons maintenant passer aux questions et aux réponses.

Nous allons commencer par Mme Liu.

Mme Laurin Liu: Je tiens à remercier nos deux témoins.

Monsieur Quick, je vous remercie de votre présence. Je sais que vous venez souvent témoigner et je vous en remercie.

Merci, monsieur Cameron, de votre excellent témoignage.

J'aimerais commencer par M. Quick.

La semaine dernière, nous avons entendu Mme Joy Nott, de l'Association canadienne des importateurs et exportateurs, nous parler de la complexité de l'intégration des chaînes d'approvisionnement. Compte tenu du fait que près de 60 % des exportations canadiennes de produits aérospatiaux sont composées d'intrants intermédiaires dans la chaîne d'approvisionnement mondiale, et vous l'avez également mentionné dans votre exposé, comment le gouvernement peut-il contribuer au bon rendement de ce secteur quant aux chaînes de valeur?

M. Jim Quick: À mon avis, il le fait en répondant à David Emerson.

L'une des recommandations de David était de créer une initiative nationale de la chaîne d'approvisionnement. Le gouvernement travaille actuellement avec nous à peaufiner les derniers détails de cette initiative nationale.

Elle vise à ce que les petites et moyennes entreprises soient encadrées par les grandes entreprises, afin de les préparer à la chaîne d'approvisionnement mondiale. Il s'agit probablement de l'initiative la plus importante que nous puissions entreprendre pour aider les petites et moyennes entreprises du Canada à se préparer à la chaîne d'approvisionnement mondiale.

Mme Laurin Liu: Cette question est-elle abordée dans le PAMM? De quelle autre façon le PAMM aborde-t-il les questions relatives au commerce international dans le secteur de l'aérospatiale?

M. Jim Quick: Quand on consulte les différents éléments du PAMM, on voit que les accords de libre-échange, par exemple, ont un impact positif sur les petites et moyennes entreprises. Ils leur ouvrent un marché auquel elles n'auraient pas eu accès auparavant. Je pense que c'est l'un des effets directs.

L'accent mis sur la diplomatie économique aidera les petites et moyennes entreprises. Nous voyons des chefs de file mondiaux aider leur industrie à percer d'autres marchés et à conclure des ententes relatives à des avions et à des produits aéronautiques, et ce sera très utile.

Le Service des délégués commerciaux dont il est question dans le plan sera énormément utile aux petites et moyennes entreprises. Notre industrie travaille en étroite collaboration avec ce service, et nous en sommes probablement l'un des principaux utilisateurs. Des entreprises me disent souvent avoir conclu une nouvelle entente de partenariat qui résulte directement de ce qu'elles ont pu faire grâce aux délégués commerciaux.

Mme Laurin Liu: Merci. Je sais qu'il y a encore beaucoup à dire à ce sujet, mais malheureusement, je dispose de peu de temps et je veux m'adresser à Duncan Cameron.

Les témoins nous ont beaucoup parlé de la diplomatie économique. Elle a été critiquée, comme vous l'avez mentionné, et c'est une question que de nombreux détracteurs du PAMM ont soulevée. Pourriez-vous nous expliquer ce qu'est, selon vous, la diplomatie économique et ce qu'elle représente pour les Canadiens?

M. Duncan Cameron: Tout d'abord, le Service des délégués commerciaux est un service très estimé et indépendant, mais il doit s'accompagner du travail de nos ambassades canadiennes à l'étranger, qui comprend la production de rapports politiques. Nos analystes politiques sont très importants. Si nous exerçons des activités minières dans des pays dangereux pour les Canadiens qui y travaillent, ou si des sociétés minières prévoient investir dans un pays instable sur le plan politique, il nous faut des spécialistes qui peuvent parler des violations des droits de la personne dans ce pays et évaluer pour le gouvernement canadien les actions des entreprises canadiennes à l'étranger.

La diplomatie économique n'est qu'un des aspects de ce à quoi nous nous attendons. Il y a des responsables de l'immigration qui s'occupent des immigrants potentiels au Canada. Il y a des responsables de l'aide au développement dont l'objectif principal est d'augmenter la capacité des pays de réduire la pauvreté et de répondre aux besoins de base en éducation, en soins de santé, en approvisionnement en eau, etc. Nous avons des programmes qui permettent à des Canadiens d'aller à l'étranger et à des étudiants d'autres pays de venir au Canada. Cela nécessite des spécialistes du développement national. Ce serait une grave erreur de nous débarrasser de nos spécialistes politiques, de nos spécialistes en immigration et de nos spécialistes en développement international, et d'affirmer que la seule raison d'être des ambassades canadiennes à l'étranger, c'est de promouvoir les entreprises canadiennes. C'est une approche beaucoup trop étroite et tout simplement mauvaise.

● (1230)

Mme Laurin Liu: Dans l'un de vos articles publié le 3 décembre 2013, vous dites, à ce sujet, que les ambassades canadiennes deviendront une division de l'industrie canadienne, et vous ajoutez qu'on ne tient pas compte du caractère canadien des sociétés détenues par des intérêts étrangers qui dominent certains des secteurs — où les sociétés canadiennes sont considérées comme des chefs de file mondiaux — et dans quelle mesure les sociétés étrangères entendent promouvoir le Canada à l'étranger, créer des emplois et réinvestir leurs profits ici, au Canada.

Pourriez-vous nous en dire davantage sur ce dont le Canada pourrait bénéficier?

M. Duncan Cameron: Quand le Canada signe un accord commercial avec un autre pays, ce que nous faisons essentiellement, c'est donner des droits à des entreprises étrangères qui sont en concurrence avec des entreprises canadiennes sur le marché canadien. Nous leur disons qu'elles peuvent venir au Canada et être traitées comme des entreprises canadiennes. Elles peuvent avoir accès aux mêmes avantages offerts aux entreprises canadiennes par les contribuables canadiens. Si elles exercent leurs activités dans le secteur de la vente au détail, si un Costco ou un Walmart, par exemple, entraîne la disparition de petites entreprises et de petites villes du Canada, eh bien c'est à cause des accords commerciaux dans lesquels nous leur avons donné ces droits. Nous ne fournissons pas à nos entreprises canadiennes l'appui dont elles ont besoin pour soutenir la concurrence dans leur propre marché.

J'ai vu Jean Chrétien participer à des tournées de capitaine Canada partout dans le monde. Il tentait en fait de créer une activité économique canadienne à l'extérieur du Canada, d'exporter des capitaux et possiblement des emplois canadiens dans d'autres pays. C'est ce que font ces pays quand nous concluons des accords commerciaux avec eux: ils veulent obtenir des droits d'investissement au Canada, ils veulent que leurs droits de propriété intellectuelle soient protégés, il veulent un accès privilégié au marché canadien. Les États-Unis, dans le cadre de l'accord bilatéral que nous avons conclu avec eux, voulaient obtenir un meilleur accès à notre marché que les Européens ou les Japonais.

C'est un jeu très dangereux pour un pays de 30 millions d'habitants.

On ne peut pas en sortir gagnant.

Mme Laurin Liu: Merci. Vous avez aussi parlé de la question de...

Le président: Excusez-moi, j'avais cru vous avoir indiqué que votre temps était écoulé.

Mme Laurin Liu: Très bien, merci.

Le président: Monsieur Hoback, vous avez la parole.

M. Randy Hoback (Prince Albert, PCC): Je tiens à remercier les témoins de leur présence ce matin. Je suis heureux de pouvoir discuter avec vous. Il est toujours bon de discuter avec des gens qui voient les choses sous un autre angle, et toujours intéressant de chercher à comprendre leur point de vue. J'essaie de regarder les choses dans leur ensemble.

Monsieur Duncan, vous avez parlé de la différence entre les accords commerciaux multilatéraux et bilatéraux.

Je suis du secteur agricole. Je viens de la Saskatchewan. L'un des problèmes que nous posent les accords multilatéraux, évidemment, est lié au secteur de la gestion de l'approvisionnement et à la façon dont cette question est toujours soulevée lorsque nous négocions un accord multilatéral. Par contre, grâce aux accords bilatéraux que nous concluons dans le monde avec la participation du ministre Ritz et du ministre Fast, nous sommes en mesure d'obtenir un accès aux marchés pour notre secteur du boeuf, pour nos producteurs de canola, de céréales et d'oléagineux sans devoir faire aucun compromis relativement à notre secteur de la gestion de l'approvisionnement.

Comment pouvez-vous dénaturer ainsi les choses en disant que nous ne devrions pas conclure des accords bilatéraux alors qu'en fait, si nous ne l'avions pas fait, nous n'aurions pas obtenu un accès à ces marchés pour les secteurs du canola ou du boeuf, et nous verrions les Américains nous supplanter dans ces marchés?

M. Duncan Cameron: Je vous remercie beaucoup de cette question mûrement réfléchie.

Mon père est né à Biggar, en Saskatchewan; j'ai donc beaucoup d'affinités avec les agriculteurs de cette province. J'habite actuellement à Québec et quand je vais sur l'avenue Cartier pour faire mes courses, j'y trouve une magnifique sélection de fromages du Québec. Certains producteurs québécois de fromages sont loin d'être heureux de l'accès que nous obtiendrons à d'autres marchés et de la concurrence que nous devons affronter dans notre propre marché.

Je crois que dans le secteur agricole, nous devons fonctionner par secteurs. Mais nous avons connu beaucoup de succès dans le groupe de Karen en prévoyant des mesures concertées visant à restreindre ce qui serait utilisé pour promouvoir les exportations de grains dans le monde.

Les États-Unis ont une politique d'aliments à bon marché. Ils subventionnent leurs exportations dans les marchés où nous étions en concurrence avec eux. Il nous est très difficile de faire cela. En fait, nous leur faisons concurrence dans leur marché, car nous pouvions le faire sur le marché américain, mais nous avons des problèmes sur d'autres marchés.

Je pense que ce que nous devrions faire, c'est fonctionner par secteurs, parler aux Européens qui ont une politique agricole commune, mais qui veulent produire des aliments de bonne qualité de façon durable, et discuter avec d'autres entreprises agricoles.

• (1235)

M. Randy Hoback: Je dirais que ce point est...

M. Duncan Cameron: Puis le faire de façon multilatérale...

M. Randy Hoback: Je vais devoir vous interrompre, car je n'ai que...

M. Duncan Cameron: ... et ne pas avoir à échanger les gains agricoles contre...

M. Randy Hoback: Je suis désolé, mais je n'ai que quelques minutes, monsieur Duncan.

Je tiens encore à souligner que grâce aux accords bilatéraux, nous avons pu faire précisément ce que vous avez dit. Nous avons pu adopter une approche plus sectorielle dans notre façon de faire les choses.

L'autre question dont vous avez parlé, c'est l'effondrement des marchés dans lesquels nous évoluons. Prenons comme exemple l'effondrement, en 2008, du marché américain pour une foule de produits que les Canadiens expédiaient aux États-Unis. La solution était, évidemment, de trouver d'autres marchés. À l'époque, nous

n'avions pas conclu beaucoup d'accords bilatéraux. Nous avons placé toute notre confiance dans les pourparlers multilatéraux du type de l'Organisation mondiale du commerce. Cela n'a pas donné les résultats escomptés. Les pourparlers sont devenus si compliqués et difficiles qu'ils n'ont pu donner de bons résultats.

Compte tenu de ce qui s'est produit dans l'économie américaine et du fait que les choses ont mal tourné en 2008 et en 2009 à cause de la récession mondiale, nos entreprises canadiennes ont demandé où était le gouvernement, pourquoi il n'avait pas conclu davantage d'accords de libre-échange avec l'Asie et l'Europe, et qu'est-ce qu'il avait fait pour leur permettre d'avoir un accès aux marchés, d'expédier leurs produits à un plus grand nombre de clients et de ne pas dépendre d'un seul client, soit les États-Unis.

Comment répondre à cela?

M. Duncan Cameron: Rappelez-vous la récession de 1982. La communauté canadienne des affaires paniquait et disait que le système commercial international allait cesser de nous fournir un tremplin pour faire des affaires, et que nous devions absolument conclure une entente bilatérale avec les États-Unis. Et c'est ce que nous avons fait, mais non sans sacrifier passablement de terrain en matière de services, de propriété intellectuelle...

M. Randy Hoback: Monsieur, n'importe quel économiste ou quiconque analyserait notre accord de libre-échange avec les États-Unis vous dirait que les résultats ont été tout à fait spectaculaires pour le Canada et que l'ALENA est allé encore plus loin en ce sens. Mon collègue dirait: « Venez dans l'Okanagan et goûtez-moi ces vins. »

Je présume que les façons d'évaluer la chose peuvent différer mais, selon moi, il est nettement plus avantageux pour le Canada d'avoir ces accords de libre-échange que de ne pas en avoir du tout. Êtes-vous d'accord avec moi à cet égard?

M. Duncan Cameron: Non, je ne suis pas d'accord et vous verrez pourquoi si vous me laissez finir... En 1988, une fois que nous nous étions enchaînés aux États-Unis, nous nous sommes engagés à participer conjointement à des négociations multilatérales avec eux. Nous avons laissé tomber nos négociations multilatérales. Nous sommes devenus un adjoint des États-Unis.

En lieu et place, nous aurions dû travailler avec des pays comme l'Inde et la Chine et avec d'autres pays émergents comme le Brésil, et mettre au point un système permettant aux pays bénéficiant d'investissements étrangers de se doter de règles protégeant leur droit à gérer ces investissements, au lieu d'être avec les Américains à tenter de trouver des débouchés pour de nouveaux investissements étrangers.

Je crois que notre attitude et notre façon d'envisager le commerce international ont connu un changement de cap radical à ce moment. Bien entendu, une fois ce bilatéralisme établi, les Américains ont fait volte-face et ce qui nous liait à eux n'était plus qu'un simple accord. Ils ont commencé à négocier avec le Japon et avec tout le monde, ce qui nous coupait systématiquement l'herbe sous le pied.

M. Randy Hoback: Monsieur, ce n'est pas ce que nous avons fait.

Nous avons conclu des accords de libre-échange avec une foule de partenaires du Partenariat transpacifique que nous avons maintenant. Nous avons conclu des accords en Amérique centrale et en Amérique du Sud, avec le Chili, le Pérou, deux marchés émergents notoires.

En fait, c'est gênant. Sauf erreur, il y a trois ans, le Chili avait quelque chose comme 54 accords bilatéraux en matière de commerce et nous en avons 8. Si vous comparez la croissance de son économie à la nôtre, et que vous voyez vers où il se dirige... Je ne dis pas que c'est un exemple à suivre, mais j'ai de la difficulté à comprendre que certaines personnes affirment qu'il faut continuer à nous intéresser à ce qui se passe à l'intérieur alors que nous sommes un pays exportateur. Nous dépendons des exportations pour être en mesure de donner à nos enfants le style de vie que nous leur souhaitons et que nous désirons nous aussi.

Si le Canada décide de renoncer à ses exportations, quel style de vie croyez-vous que vous serez en mesure d'offrir à vos enfants et à vos petits-enfants? Si nous cessons de vendre aux Chinois, aux Japonais, aux Américains, aux Mexicains ou ailleurs dans le monde, si nous ne faisons plus cela ou ne le faisons plus en fonction de règles du jeu équitables négociées dans le cadre d'accords de libre-échange, alors qu'aurons-nous vraiment accompli au final?

M. Duncan Cameron: Eh bien, je ne suis certainement pas ici pour m'opposer au commerce. Je suis pour le commerce et pour les accords commerciaux. Je crois toutefois que les accords bilatéraux ne fixent pas des règles du jeu équitables. Les accords multilatéraux le font; tous les signataires sont sur un pied d'égalité. Aux termes d'accords multilatéraux, un pays qui souhaite protéger son industrie de la chaussure peut le faire. Ce qu'il en coûtera aux citoyens, c'est de ne pas avoir accès à des chaussures moins chères, mais c'est une décision que nous pouvons prendre en tant que nation. Dans un accord bilatéral, il faudra renoncer à l'industrie de la chaussure pour permettre à notre partenaire d'avoir accès à autre chose, disons, à l'industrie du canola. C'est une dynamique qui peut être bonne pour le canola, mais pas pour l'industrie de la chaussure.

Je vous mets au défi de vous acheter des chaussures canadiennes.

Le président: Merci. Je partage votre opinion.

Monsieur Pacetti, la parole est à vous.

M. Massimo Pacetti: Monsieur le président, vous auriez pu couper leurs sept minutes en leur faisant admettre qu'ils n'étaient pas du même avis dès le départ.

• (1240)

Le président: Monsieur Pacetti, que nous réservez-vous?

Mr. Massimo Pacetti: Je suis plus équilibré et vous le savez bien. Merci aux témoins d'être parmi nous aujourd'hui.

Monsieur Quick, ma première question s'adresse à vous. Vous étiez dans la pièce lorsque Mme Campbell a affirmé que la même question devrait être posée à toutes les sociétés qui comptent profiter du libre-échange, c'est-à-dire: quel est votre plan?

Quel est le plan de vos sociétés membres en matière d'exportation?

M. Jim Quick: Eh bien, outre les plans individuels de chacun de nos membres, nous avons un plan sectoriel. Nous avons une stratégie pour percer et développer les marchés. Plus précisément, nous examinons la façon de traiter avec des marchés établis et de continuer à avoir la part de marché qu'il nous faut. Nous étudions aussi les pays émergents dans le but de cerner les marchés prometteurs en matière d'aérospatiale et de trouver la façon d'y entrer. Il s'agit de développer la chaîne d'approvisionnement. Il faut miser sur l'activité entre les entreprises dans chaque marché individuel.

Comme je l'ai dit dans mes observations, la raison pour laquelle nous aimons le Plan d'action sur les marchés mondiaux, c'est parce

que bon nombre des marchés cernés par cette stratégie correspondent à ceux que nous avons cernés en tant qu'industrie. Nous avons un plan sectoriel, et chaque compagnie a aussi son propre plan.

M. Massimo Pacetti: Qu'arrive-t-il si l'une de vos entreprises membres n'est pas d'accord avec le plan sectoriel? Cela se produit-il parfois?

M. Jim Quick: Non, pas vraiment. Nous élaborons un plan en fonction des intérêts supérieurs de l'ensemble de l'industrie canadienne. Il se peut qu'il y ait une compagnie en Colombie-Britannique ou au Manitoba qui lorgne du côté de l'Amérique du Sud. Au même moment, une entreprise de Montréal, par exemple, ne s'intéressera pas à l'Amérique latine, mais à un autre marché. Je dirais qu'il y a 99 chances sur 100 que cet ailleurs fasse aussi partie de notre plan sectoriel.

M. Massimo Pacetti: Ce qui m'amène à ma prochaine question. Je présume que vous représentez des entreprises de différentes tailles, de...

M. Jim Quick: Oui, c'est exact.

M. Massimo Pacetti: ... Bombardier, qui est probablement la plus importante, aux autres plus modestes qui fournissent des services à des sociétés comme Bombardier. Je sais qu'il y en a toute une gamme. Vous avez aussi des intérêts régionaux, c'est-à-dire que les compagnies que vous représentez sont situées dans différentes régions du pays.

Comment chacune de ces compagnies utilise-t-elle les ressources que le gouvernement met à leur disposition? Vous avez fait l'apologie des délégués commerciaux, mais y a-t-il d'autres intervenants à qui vous faites appel? Comment une petite entreprise se sert-elle d'un délégué commercial, comparativement à une entreprise comme Bombardier?

Commençons là-dessus.

M. Jim Quick: En fait, elles s'en serviront parfois de la même façon, c'est-à-dire: « Pouvez-vous nous aider à nouer des liens? Voilà ce que nous faisons et ce que nous pouvons faire. Y a-t-il quelqu'un dans ce pays qui a besoin de cette capacité? »

M. Massimo Pacetti: On aurait tendance à penser qu'une entreprise comme Bombardier aurait déjà quelqu'un dans cette région. N'est-ce pas le cas?

M. Jim Quick: Oui, il aurait du personnel travaillant spécifiquement dans ces régions, mais le contact principal reste le délégué commercial.

M. Massimo Pacetti: Une entreprise plus modeste contacterait un délégué commercial et lui dirait: « Nous aimerions percer ce marché de plus grande envergure. »

M. Jim Quick: Tout à fait. Habituellement, une petite entreprise me contactera pour me demander de l'aider à nouer des liens avec quelqu'un du pays où elle souhaite faire affaire. Notre première démarche sera de nous adresser au délégué commercial.

M. Massimo Pacetti: Merci.

J'ai deux questions à poser à M. Cameron.

Tout d'abord, vous ne cachez pas votre opposition aux accords bilatéraux, mais vous voyez les accords multilatéraux d'un bon oeil. Quelle est votre position sur la négociation du Partenariat transpacifique par le Canada?

M. Duncan Cameron: Eh bien, ma grande préférence va aux organisations multilatérales mondiales comme l'Organisation mondiale du commerce. Je suis quand même conscient que l'OMC a ses défauts. Je crois qu'elle s'est un peu trop attardée aux intérêts des pays occidentaux industrialisés et qu'elle n'a pas tenu compte des intérêts des pays pauvres.

Le Partenariat transpacifique est une initiative de l'administration Obama. Les États-Unis aimeraient beaucoup se détacher de l'Europe et créer une sorte d'encercllement autour de la Chine, ou du moins développer certaines relations commerciales privilégiées avec d'autres pays que la Chine. Ils essaient d'empêcher la Chine de se servir de sa base en Asie pour devenir une puissance hégémonique mondiale. Je crois que c'est une discussion politique plutôt qu'une discussion commerciale.

M. Massimo Pacetti: Croyez-vous qu'une organisation comme l'OMC a eu du succès dans ce qu'elle a entrepris jusqu'ici? N'est-elle pas trop grande ou trop complexe? N'est-ce pas un problème à l'heure actuelle?

M. Duncan Cameron: En 1988, lorsque nous avons négocié l'accord bilatéral de libre-échange avec les États-Unis, le grand avantage pour le Canada était qu'il allait y avoir des groupes spéciaux de règlement des différends. C'était une mesure législative qui allait donner le vent dans les voiles aux avocats canadiens. Chaque entreprise canadienne allait devoir se doter d'une firme d'avocats à Washington pour travailler en son nom. Un cabinet d'avocats au Canada allait devoir payer pour tous ces différends si les entreprises américaines les remettaient en question — les entreprises américaines adorent poursuivre les entreprises canadiennes qui réussissent. Nous avons été contraints de nous mêler à tout ça.

L'OMC n'a pas ces aspects contraignants. Les avocats ne font pas partie de l'équation. Ce sont les fonctionnaires qui peaufinent les échanges commerciaux, et les entreprises comptent sur les services des délégués commerciaux pour les aider plutôt que d'avoir à payer.

Une entreprise européenne pourrait décider de poursuivre une petite entreprise canadienne qui aurait un succès phénoménal. Or, l'entreprise canadienne pourrait s'adresser à l'OMC et y être représentée par le Canada, sans avoir à se ruiner en frais juridiques dans l'espoir d'obtenir une entente à l'amiable.

• (1245)

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Hiebert, vous avez la parole.

M. Russ Hiebert (Surrey-Sud—White Rock—Cloverdale, PCC): Monsieur Quick, nous avons entendu un témoignage plus tôt aujourd'hui qui comparait le commerce du Canada avec d'autres pays et celui qui existe entre les États-Unis et l'Union européenne. Les chiffres qu'on nous a donnés ont été mis en rapport avec notre commerce extérieur depuis 2006.

Pouvez-vous nous dire comment les exportations se sont comportées dans l'industrie aérospatiale depuis 2006? Comment se comparent-elles avec celles de vos concurrents de l'Union européenne et des États-Unis?

M. Jim Quick: Nos exportations augmentent.

Nous exportons encore 50 % de notre production aux États-Unis. Environ 25 % de nos produits sont expédiés en Europe. Ce chiffre a très peu changé.

Nos meilleures perspectives de croissance en matière d'exportations sont avec les marchés émergents comme l'Asie, le Moyen-Orient, l'Amérique latine et l'Amérique du Sud. Par exemple, nos

exportations vers la Chine ont augmenté d'environ 238 % au cours de cinq dernières années.

M. Russ Hiebert: Comment vos exportations se comparent-elles à celles de vos concurrents, c'est ce que j'aimerais savoir.

M. Jim Quick: Nous réussissons à peu près aussi bien qu'eux, mais cela dépend toujours des pays dont il est question.

Lorsqu'il est question d'entités établies comme l'Union européenne et les États-Unis, nous nous défendons très bien. Pour ce qui est des économies émergentes et de nouveaux venus comme la Russie, la Chine ou d'autres semblables, nos concurrents arrivent à augmenter leurs exportations passablement plus que nous parce qu'ils sont nouveaux. En outre, ces nouveaux joueurs consacrent des quantités incroyables de fonds publics et nationaux au développement de leur industrie aérospatiale. Leurs exportations connaissent une meilleure croissance que les nôtres, mais cela ne signifie pas que notre position n'est pas tout aussi importante.

M. Russ Hiebert: Durant votre exposé, vous avez dit que le commerce avec la Corée avait diminué drastiquement après l'entrée en vigueur de l'accord de libre-échange entre ce pays et les États-Unis. À quoi attribuez-vous exactement cette diminution? Est-elle simplement due à une réduction des tarifs qui ont rendu les États-Unis plus concurrentiels? Qu'est-il arrivé?

M. Jim Quick: En fait, il y a deux raisons de signer un accord bilatéral. Premièrement, cela vous permet de jouer selon les mêmes règles que les autres qui ont déjà conclu l'accord. Deuxièmement, cela vous donne un avantage par rapport à ceux qui n'en ont pas.

Lorsque l'Union européenne et les États-Unis ont conclu leur accord de libre-échange, nos exportations ont effectivement accusé le coup, et nous avons présumé que nos clients avaient décidé de s'adresser directement à l'Union européenne et aux États-Unis parce qu'ils pouvaient obtenir un traitement préférentiel dans ce marché.

La signature de l'accord de libre-échange par le Canada a permis de niveler les règles du jeu de sorte que nous disposons maintenant des mêmes chances. Nous sommes assurés que cela produira des fruits au cours des prochaines années; nous rattraperons le terrain perdu, certes, mais nous devrions aussi voir une croissance d'environ 30 %.

M. Russ Hiebert: D'accord.

Je n'ai plus que quelques minutes.

Monsieur Quick et monsieur Cameron, pouvez-vous répondre brièvement — peut-être en quelques secondes — à la question suivante: êtes-vous d'accord avec le fait que la diplomatie économique se serve de nos ambassades et de nos consulats pour faire des affaires ou si, à l'instar d'autres témoins qui sont passés ici aujourd'hui, vous avez des doutes quant à cette approche?

M. Jim Quick: Nous sommes tout à fait d'accord.

M. Russ Hiebert: Monsieur Cameron.

M. Duncan Cameron: Eh bien, je pense qu'il est vraiment dommage que le gouvernement du Canada ait décidé de vendre les magnifiques propriétés qu'il avait à Rome et à Paris, lesquelles étaient en fait absolument essentielles pour faire des affaires à grande échelle. Si les représentants de Bombardier se rendent à Paris, ils devraient être en mesure de recevoir le président français dans une résidence du meilleur goût. C'est la même chose pour l'Italie. Du point de vue de la diplomatie économique, le gouvernement commet une grave erreur en se débarrassant de ces propriétés.

• (1250)

M. Russ Hiebert: Mises à part ces considérations immobilières, aimez-vous oui ou non cette fusion ou le mélange des affaires avec la politique?

M. Duncan Cameron: Je pense que le jumelage des exportations et de l'industrie est un meilleur mélange. Il a été instauré par les libéraux lorsqu'ils ont décidé de fusionner le commerce international et les affaires étrangères. J'aime mieux le jumelage de l'industrie et du commerce que nous avons connu pendant de nombreuses années. Je crois que c'est une meilleure fusion.

M. Russ Hiebert: Monsieur Cameron, je vais vous ramener à un article que vous avez écrit il y a environ 10 ans et qui s'intitule « All Debt Is Not Made Equal ». J'ai trouvé très intéressantes certaines de vos observations. Dans cet article, vous appelez les propriétaires et les investisseurs étrangers des « propriétaires terriens absents ». Vous voyez d'un très mauvais oeil la possibilité que des sociétés étrangères possèdent des biens au Canada. Cela m'amène à me demander ce que vous pensez des sociétés canadiennes qui possèdent des biens à l'étranger. Votre opinion est-elle la même?

M. Duncan Cameron: Cela me préoccupe. Par exemple, je suis préoccupé par le comportement de certaines de nos sociétés minières à l'étranger et par le type de relations de travail qu'elles entretiennent.

M. Russ Hiebert: À part les relations de travail, est-il convenable que des entreprises canadiennes possèdent des biens dans d'autres pays et récoltent les profits qui en découlent?

M. Duncan Cameron: Dans la mesure où on respecte les lois des autres pays et agit en bon citoyen, nous pensons évidemment que c'est une bonne chose. Ce qui me préoccupe, c'est la situation de Ford Canada, qui a créé un marché d'exploitation à Cuba et à qui le département d'État américain a dit de ne plus exporter vers ce pays. Le problème, c'est l'extraterritorialité des lois commerciales des États-Unis pour ce qui est des entreprises américaines au Canada. Ce ne sont pas les investissements canadiens faits à l'étranger, à moins que le gouvernement du Canada commence à dicter à nos entreprises ce qu'elles doivent faire. C'est un problème auquel on est confronté au Canada, car les lois américaines restreignent la capacité d'exportation des sociétés américaines.

M. Russ Hiebert: Compte tenu de cette comparaison avec les propriétaires terriens absents, vous opposez-vous encore à tous les investissements étrangers au Canada?

M. Duncan Cameron: Je suis sceptique face à la propriété étrangère, pas en ce qui a trait aux investissements. Quand une société comme la U.S. Steel achète Stelco, en devient la propriétaire, ferme l'usine et met 3 000 familles dans la rue étant donné qu'il n'y a plus de travail, elle va à l'encontre des obligations qu'elle a contractées auprès du gouvernement conservateur. Voilà ce qui me préoccupe.

M. Russ Hiebert: Mon temps est presque écoulé, mais dans cet article, vous...

Le président: Votre temps est écoulé.

M. Russ Hiebert: ... comparez les investissements étrangers à la propriété étrangère. Vous ne faites pas de distinction entre les deux; vous dites qu'il s'agit de la même chose. Vous opposez-vous aux investissements étrangers en tant que propriété étrangère?

M. Duncan Cameron: Je distingue les investissements étrangers de la propriété étrangère. J'ai travaillé au ministère des Finances. Nous faisons ce genre de distinction.

Le président: Très bien. Merci beaucoup.

Monsieur Donnelly, vous allez partager le temps qu'il reste, ce qui veut dire que vous aurez environ trois minutes et demie chacun. Allez-y.

M. Fin Donnelly: Merci, monsieur le président.

Monsieur Duncan, une note d'information de la Banque de Montréal rédigée en novembre 2013 par Doug Porter, l'économiste en chef, a révélé une dure réalité pour ce qui est des exportations canadiennes. Il a dit que: « Pour ce qui est de l'énergie, tout va bien; en ce qui concerne les autres secteurs, rien ne va plus. »

La note d'information indique que les exportations d'énergie ont affiché un excédent de 63,6 milliards de dollars en 2013, alors que l'ensemble des autres biens au Canada a accusé un déficit de 72,9 milliards de dollars. Le pire, c'est que ce gigantesque écart se creuse depuis 2004.

À votre avis, que doit faire le gouvernement du Canada face à cet important déséquilibre dans les exportations pour que l'économie soit diversifiée et équilibrée au-delà du seul secteur de l'énergie?

M. Duncan Cameron: Le Canada doit mettre au point des stratégies industrielles qui permettent aux petites et moyennes entreprises canadiennes de croître. Il doit disposer de sommes considérables pour soutenir la recherche et le développement en plus d'adopter des politiques vertes.

Ce qui est important de se rappeler en Colombie-Britannique, c'est que l'industrie des pâtes et papiers s'est tournée vers l'Europe. Les Européens ont dit que les processus que nous employons pour faire du papier ne sont pas suffisamment écologiques. L'industrie canadienne s'était jointe à son pendant américain. Nous avons essayé de faire en sorte que les Européens changent leur politique de manière à autoriser notre production, qui n'était pas écologique... pour autoriser l'exportation de ces produits. Nous avons échoué. Pour quelle raison n'avions-nous pas de programme pour assurer une transition écologique afin de pénétrer ce marché? La production écologique était la voie de l'avenir.

Il faut adopter des politiques qui aident les entreprises à effectuer une transition écologique. Nous avons besoin d'une meilleure politique des transports, comme en témoigne ce qui se passe maintenant alors que nous ne pouvons pas acheminer notre grain vers les marchés, et ce qui s'est passé à Lac-Mégantic compte tenu de la déréglementation de notre système ferroviaire.

Nous avons de graves problèmes en matière de transport au Canada et de la difficulté à faciliter l'accès à la recherche et au développement. De plus, nous avons du mal à aider nos entreprises à adopter des normes écologiques, qui sont les plus élevées au monde et celles auxquelles elles devraient toutes aspirer.

• (1255)

M. Fin Donnelly: J'ai peu de temps pour vous poser ma dernière question.

Dans votre déclaration liminaire, vous avez parlé des coûts irrécupérables.

Vous en parlez également dans un article publié en décembre 2013 au sujet du PAGM. Vous dites ce qui suit aux pays qui essaient de percer dans de nouveaux marchés:

Ne vous attendez pas à ce qu'on vous dise de quel endroit proviendront les sommes importantes qui doivent être investies pour pénétrer de nouveaux marchés étrangers. Il faut parfois attendre des années pour récupérer [...] ces « coûts irrécupérables », et de nombreuses sociétés abandonnent et retournent chez elle lorsqu'elles n'y arrivent pas dans un délai très court.

Pouvez-vous prendre le temps qu'il reste pour nous parler un peu des coûts irrécupérables? Vous avez dit qu'ils atteignaient environ trois quarts de milliard de dollars par société. Pouvez-vous nous en parler?

M. Duncan Cameron: Eh bien, si nous voulons vraiment percer au Moyen-Orient, où il y a beaucoup de revenus pétroliers et de nombreux marchés, nous avons d'abord besoin d'une capacité langagière arabe. Un petit fabricant qui emploie 10 employés à Burnaby, en Colombie-Britannique, et qui veut accéder au marché égyptien, à celui du Bahrain ou à un autre marché de la région, a besoin de capacités langagières, ce qui coûte cher. Il doit engager du personnel et faire traduire sa documentation. Il faut se préparer pour pénétrer ces marchés, et ce n'est pas facile. Il faut également un budget de voyage pour se rendre sur place et visiter les pays concernés, ce qui n'est également pas donné.

Le président: Merci beaucoup.

C'est tout le temps que nous avons pour cette intervention.

Monsieur O'Toole, vous avez les trois dernières minutes et demie.

M. Erin O'Toole: Merci, monsieur le président.

Merci à nos deux témoins.

Monsieur Quick, en tant que secrétaire parlementaire du ministre du Commerce international, j'ai eu le plaisir de rencontrer les représentants de certaines de vos sociétés membres de partout au pays, qui m'ont semblé très enthousiastes par rapport à l'ouverture de nouveaux marchés et à la stratégie du Plan d'action sur les marchés mondiaux. Je vous en remercie.

J'aimerais utilisé le peu de temps dont je dispose pour vous poser quelques questions, monsieur Cameron.

Vous avez remis une biographie manifestement très détaillée, et j'ai remarqué que vous avez participé dans les années 1980 à la rédaction du *Other Macdonald Report* et d'autres publications semblables. Serait-il injuste de dire que vous vous opposez au commerce en général?

M. Duncan Cameron: Oui.

M. Erin O'Toole: Il semble que, en commençant par l'accord de libre-échange avec les États-Unis, sur lequel portait d'ailleurs le rapport de la Commission Macdonald, le vrai, pas l'autre, jusqu'au PAGM, vous ne voulez pas que le Canada signe ce genre d'accords, ou vous pensez qu'il faudrait adopter une approche axée sur le secteur industriel, une sorte de concept des années 1950 pour le développement de l'industrie.

M. Duncan Cameron: Eh bien, disons que le Canada n'a pas vraiment signé d'accord de libre-échange avec les États-Unis, car nous sommes encore confrontés à toutes les mesures protectionnistes qu'ils adoptent.

J'ai effectué une évaluation — elle a été publiée en 1993 — de l'Accord commercial Canada-États-Unis. Elle a permis d'établir que

l'accès du Canada au marché américain a diminué, tout comme sa capacité de vendre sur ce marché et l'accès à son propre marché. Les États-Unis ont également perdu une partie de leur propre marché. Le seul endroit au monde dont la part de marché augmentait était le Canada.

Les dispositions sur l'énergie ont permis aux Canadiens de subventionner la promotion de l'industrie de l'énergie. C'est ce que nous avons fait. Le résultat, c'est que nous avons liquidé la plupart de nos réserves de pétrole et de gaz qui étaient faciles à atteindre. Dans ma province natale, l'Alberta, nous avons d'énormes coûts irrécupérables liés à la production bitumineuse. Il s'agit maintenant en grande partie d'actifs inutilisables qui sont peu susceptibles d'être rentabilisés. Nous sommes confrontés à un désastre industriel imminent, ainsi qu'à un désastre écologique, parce que nous avons conclu ce qui est essentiellement un accord énergétique avec les États-Unis.

Cet argent aurait pu servir à promouvoir certains secteurs au Canada. Nous avons une très forte présence au sein de CoreDRAW et d'autres industries à Ottawa qu'on a laissé aller à leur perte. Nortel, BlackBerry et ainsi de suite sont des sociétés mises sur pied et exploitées, mais qui finissent par disparaître sans le genre de soutien que d'autres pays accordent à leurs champions, ce qui est dommage.

● (1300)

M. Erin O'Toole: Croyez-vous qu'on devrait miser davantage sur la propriété publique? Est-ce cela que vous préconisez, que le gouvernement fédéral ait des intérêts dans ces entreprises privées?

M. Duncan Cameron: Je pense qu'il devrait y avoir différents types de propriété sociale. Le modèle des sociétés coopératives fonctionne, les sociétés d'État... Je suis très heureux que ma facture d'hydroélectricité provienne d'une société publique quand je suis à Québec ou à Vancouver. Depuis que l'Ontario a déréglementé ce service, je n'aimerais pas devoir y chauffer une maison. « Power » était le mot d'ordre d'Hydro Ontario, ce qui était très positif. J'aime les émissions radiophoniques de Radio-Canada. Elles sont meilleures que tout ce que diffusent les radios commerciales.

M. Erin O'Toole: Mais vous avez le choix. Il y a également d'autres services offerts.

M. Duncan Cameron: Tout à fait, et un des aspects de l'Accord commercial Canada-États-Unis que je n'aimais pas était que...

Le président: Merci beaucoup. Notre temps est écoulé.

J'aimerais remercier les deux témoins d'avoir comparu. Je crois que vous étiez censés venir la semaine passée. Je suis désolé, monsieur Quick, que cela n'ait pas fonctionné, mais nous sommes heureux que vous ayez pu vous joindre à nous aujourd'hui. Merci.

C'est tout le temps que nous avons.

La séance est levée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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