

[Texte]

because the needs, as you heard this morning, really are for fabrics that are not produced here. If there's one thing we would like, it is to be able to sell at least the fabrics we produce here—we cannot produce everything—also to the apparel industry and maybe enjoy with them the success they have had.

In addition to the domestic business, we have to export to compensate for the things that perhaps we lose in the present situation here, because of the shrinking market. Our company has not been a big element in the United States, maybe because historically we were coming from the Celanese area. We're making some real effort to succeed in the future, and we will, because we're sure that in order to compete in this new environment we have to compete in the United States.

We have been reasonably successful in exporting to Europe. We're exporting about 25% of our output primarily to Europe. Next year it will be I hope close to 33%, 34%.

When we talk about adjustment, we really need adjustment in a company like ours, and in order to adjust, what do we need to do? We need to invest. In order to invest, what do we need to do? We need to be able to make some profits. This is the problem we have right now, and I'm sure we'll have in the future, and that is cost; cost in Canada.

Our friends from clothing are concerned about the cost of the fabrics. We're concerned about the cost of our raw materials. We're concerned about the cost of our labour and all the indirect costs, such as benefits. We pay about 33% in benefits, compared with maybe 25%. . . It depends on the industry. Taxes are high.

So we really need help, not to take advantage of a situation and make it easier for us, but really to survive. We're not asking for an advantage opposite the competition that may be around in the United States. We're asking at least to be able to compete on the same basis.

• 1115

Ms Lise Charron (Canadian Textiles Institute): I represent Dominion Textile. Dominion Textile employs approximately 8,800 people around the world, of whom over 2,800 are in Canada. Our sales in Canada are about \$300 million out of \$1.4 billion in sales around the world.

In a recent survey conducted by Angus Reid among Canada's top 350 CEOs, more than one in three, 36%, mentioned the textile industry would be the biggest loser in the NAFTA agreement. Dominion Textile has a more optimistic outlook. In fact Dominion Textile's view is that a trilateral agreement will be positive for the company. NAFTA provides an important strategic advantage for our North American operations and the Canadian textile industry as a whole, by ensuring our goods have equal access to all three markets. Compared to a series of bilateral agreements between the three countries, NAFTA offers far greater flexibility and market opportunities. In addition, we anticipate much less impact due to NAFTA than was felt as a result of the FTA.

[Traduction]

à-porter, puisque l'on a besoin de tissus qui ne sont pas canadiens, comme on vous l'a indiqué ce matin. Ce que nous aimerions, ce serait de vendre au moins les tissus que nous fabriquons ici—nous ne pouvons pas fabriquer de tout—pour partager leur succès.

En plus du commerce intérieur nous devons exporter pour remédier aux inconvénients de la situation actuelle dus au rétrécissement du marché. Notre compagnie n'est pas très importante aux États-Unis sans doute à cause de nos liens avec Celanese. Nous faisons de réels efforts pour percer car, pour pouvoir nous défendre dans ce nouvel environnement, nous devons nous faire une place sur le marché américain.

Nous réussissons raisonnablement bien dans le domaine de l'exportation vers l'Europe où va 25 p. 100 de notre production, chiffre qui passera, je l'espère, à 33 ou 34 p. 100 l'année prochaine.

Une entreprise comme la nôtre doit s'adapter. Pour nous adapter, que devons nous faire? Nous devons investir. Pour pouvoir investir, que devons-nous faire? Nous devons réaliser des bénéfices; or, il faut tenir compte des coûts que nous encourons au Canada.

Nos amis du prêt-à-porter se préoccupent du coût des tissus. Nous nous préoccupons du coût des matières premières, de la main-d'oeuvre, des frais indirects comme les avantages sociaux, qui sont chez nous de 33 p. 100 par rapport à peut-être 25 p. 100. . . Cela dépend du secteur d'activité. Les taxes sont élevées également.

Nous avons donc besoin d'aide simplement pour survivre et pas seulement pour nous dorer la pilule. Nous ne demandons pas d'être avantagés par rapport à nos concurrents américains, nous demandons de pouvoir leur faire concurrence sur une base équitable.

Mme Lise Charron (Institut canadien des textiles): Je représente Dominion Textile qui emploie environ 8 800 employés dans le monde entier, dont 2 800 au Canada. Nos ventes au Canada sont d'environ 300 millions sur 1,4 milliards de dollars dans le monde entier.

Dans un sondage récent réalisé par Angus Reid auprès des 350 chefs d'entreprises les plus importants du Canada, plus d'un tiers, 36 p. 100 ont dit que l'industrie du textile serait le plus grand perdant de l'Accord de libre-échange nord-américain. Dominion Textile est cependant plus optimiste que cela. Nous estimons en fait qu'une entente trilatérale sera positive pour notre société. L'ALÉNA donne un avantage stratégique important à nos usines nord-américaines et à l'industrie canadienne du textile en général en permettant à nos produits d'avoir un accès égal aux trois marchés. Si on le compare à des accords bilatéraux entre les trois pays, l'ALÉNA offre une beaucoup plus grande souplesse et beaucoup plus de possibilités commerciales. De plus, nous nous attendons à des répercussions beaucoup moins importantes suite à l'adoption de l'ALÉNA que dans le cas de L'ALÉ.