



Association canadienne des manufacturiers de produits nautiques

Le 9 août 2011

Monsieur James Rajotte, député (Edmonton–Leduc)
Président, Comité permanent des finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario)
K1A 0A6

Objet : Consultations prébudgétaires 2012

Monsieur,

L'Association canadienne des manufacturiers de produits nautiques (ACMPN) est la principale association représentant l'industrie de la navigation de plaisance en Amérique du Nord. Les entreprises membres de l'ACMPN produisent plus de 80 % des bateaux, des moteurs, des remorques, des accessoires et de l'équipement utilisés par les plaisanciers en Amérique du Nord. L'association vise à promouvoir la croissance de l'industrie par des programmes axés sur l'élaboration de politiques publiques, les études de marché et les statistiques, l'assurance-qualité et le marketing. Nous représentons 100 membres au Canada et 1 300 autres aux États-Unis.

L'industrie de la navigation de plaisance a une incidence d'environ 26 milliards de dollars sur l'économie et crée 373 606 emplois directs et indirects, dont près de 7 000 emplois lucratifs dans le secteur manufacturier. Le million de dollars dépensé tous les ans pour les achats de bateaux neufs au Canada crée 1,46 million de dollars de produit intérieur brut. De plus, les fabricants canadiens de bateaux de plaisance exportent pour plus de 600 millions de dollars de produits sur les marchés internationaux, y compris aux États-Unis.

En 2006, près de 6 millions de Canadiens ont fait de la navigation de plaisance. Ces plaisanciers ont une incidence de 6 milliards de dollars sur le secteur du tourisme, parce qu'ils font des voyages, pratiquent la pêche, tirent une remorque et font d'autres activités connexes au Canada. De plus, un nombre grandissant de plaisanciers américains naviguent dans les eaux canadiennes. Dans les huit États des « Grands Lacs, par exemple, 4,3 millions de personnes possèdent une embarcation et font de la navigation de plaisance, dont un grand nombre dans ces eaux partagées du Canada et des États-Unis.

Découvrez le nautisme

Au nom de nos membres de toutes les régions du Canada, l'ACMPN aimerait présenter les recommandations suivantes à examiner dans le cadre des délibérations de votre Comité en prévision du prochain budget fédéral.

1) L'ACMPN recommande que le gouvernement du Canada insiste sur *l'aide financière et les mesures incitatives liées à la modernisation de l'équipement et des technologies, à l'élaboration de nouveaux produits et à la formation*, étant donné que ces initiatives aideraient à maintenir des emplois manufacturiers au Canada. Les gouvernements fédéral et provinciaux offrent des crédits d'impôt dont profitent la plupart des fabricants de bateaux. *Mais, le gouvernement fédéral pourrait stimuler notre industrie en relevant le crédit d'impôt qui se situe actuellement à 35 %.*

2) Les achats transfrontaliers des consommateurs constituent un élément important dans l'industrie de la navigation de plaisance et sont même encouragés par les acteurs de l'industrie. Mais l'ACMPN estime que les consommateurs qui importent au Canada des produits en provenance des États-Unis devraient être assujettis aux mêmes règles que les fabricants qui vendent leurs produits au Canada. Ainsi, lorsqu'un fabricant canadien de moteurs importe des composantes de son usine aux États-Unis, il doit payer les droits de douane en vertu de l'ALENA qui découlent de règles sur le pays d'origine rigoureuses et désuètes. Mais lorsqu'un consommateur importe un produit fini (c.-à-d. un bateau) étiqueté « Fabriqué aux États-Unis », il peut l'importer au Canada en vertu des règles sur l'accès préférentiel au marché. Par conséquent, il est plus intéressant pour le consommateur canadien d'acheter un produit aux États-Unis à meilleur marché (parce qu'il n'y a pas de droits de douane) que d'effectuer le même achat au Canada. Au Canada, le même produit coûte plus cher parce que le fabricant doit répercuter les droits de douane prévus par l'ALENA. *Le Canada et les États-Unis doivent niveler les règles du jeu afin que les consommateurs ne soient pas récompensés pour les achats transfrontaliers et qu'ils soient assujettis aux mêmes droits de douane en vertu de l'ALENA que les fabricants canadiens.* L'actuel régime tarifaire discriminatoire, appliqué à l'industrie du nautisme place généralement les fabricants et distributeurs canadiens en situation de désavantage comparatif, tout en appuyant indirectement les homologues américains.

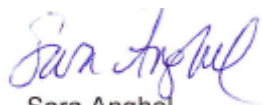
3) Le gouvernement a déjà annoncé son intention d'élaborer une stratégie nationale en matière de tourisme. J'ai rencontré quelques fonctionnaires qui s'occupent de ce dossier, et à chacune de mes réunions avec eux, l'accent a porté sur la meilleure façon d'attirer des touristes étrangers et sur leur capacité de dépenser au Canada. Bien que cela constitue un volet important, nous devons bien comprendre que, lorsque les temps sont durs, les gens ont tendance à voyager dans leur pays; par conséquent, *les campagnes devraient viser fortement à promouvoir la navigation de plaisance au Canada.* Une stratégie fédérale du tourisme et toutes les initiatives de financement reliées au tourisme (en dehors du travail effectué par la Commission canadienne du tourisme, qui

s'adresse surtout aux étrangers) serait très bénéfique pour un vaste éventail d'industries, dont la nôtre. Le secteur de la navigation de plaisance a une incidence de **6 milliards de dollars** sur l'économie de notre pays, uniquement grâce au tourisme, et nous voulons collaborer avec le gouvernement pour que la navigation de plaisance soit visée dans toute stratégie nationale en matière de tourisme et dans les activités de financement connexes pour le secteur et le développement du marché. Une approche pour attirer des touristes étrangers – en particulier les touristes américains – consiste à faire en sorte qu'ils puissent traverser la frontière sans difficulté. Des mesures qui pourraient être prises pour faciliter le tourisme transfrontalier devraient comprendre des modifications de la réglementation des douanes afin d'accroître les achats de biens de consommation, les voyages et le commerce transfrontaliers.

Enfin, j'aimerais parler brièvement du Bureau de la sécurité nautique, qui relève actuellement de Transports Canada. Étant donné l'Examen stratégique et fonctionnel annoncé à la fin de 2010, je suis consciente que tous les ministères doivent trouver des façons de réaliser des économies et de réduire les coûts. Même si j'appuie cette démarche, je tiens à souligner *l'importance du Bureau de la sécurité nautique et du Programme de permis d'embarcation de plaisance à Transports Canada*. Ce bureau et ses fonctionnaires ont une grande incidence positive sur la navigation de plaisance – aussi bien en contribuant à l'élaboration de politiques et règlements importants qui touchent notre secteur qu'en veillant à la sécurité des plaisanciers de toutes les régions du Canada par des campagnes de sensibilisation et de publicité. Quand les décisions sur le budget se prendront, rappelez-vous que le Programme et le Bureau sont une absolue nécessité pour la croissance et la réussite futures de notre industrie.

Au nom de tous nos membres, je vous remercie de nous donner la possibilité de présenter notre mémoire et je vous remercie aussi à l'avance de l'attention que vous y porterez.

Veillez agréer, Monsieur, mes salutations distinguées.



Sara Anghel.

Directrice administrative
ACMPN