



FOIRE AUX QUESTIONS

Q. Le Canada n'a-t-il pas le choix d'accepter un accord du Partenariat transpacifique (PTP) pour accéder au lucratif marché asiatique?

- Nous sommes d'accord avec la participation du Canada au Partenariat transpacifique (PTP), mais nous sommes convaincus qu'il peut y avoir une entente qui préserve intégralement la gestion de l'offre. Le Canada a déjà signé 12 accords de libre-échange tout en préservant la gestion de l'offre. Tous les pays incluant les États-Unis et les autres participants au PTP ont des secteurs sensibles à préserver.
- Sans minimiser l'importance du PTP, il faut le mettre en perspective. Les 12 pays qui négocient actuellement le PTP totalisent une population de quelque 800 millions de personnes et un PIB de 28 000 milliards de dollars (28 billions). Le Canada a déjà des accords de libre-échange en vigueur avec quatre de ces pays : les États-Unis, le Mexique, le Pérou et le Chili. On a également une négociation en cours avec le Japon, la plus grande économie de la zone du PTP, après celle des États-Unis. Nous avons donc déjà un libre accès à 521 millions de consommateurs (65 % du total) dans des pays qui génèrent 20,3 billions de dollars de PIB (73 % du total). Lorsque l'accord en cours de négociation avec le Japon sera conclu, nous aurons librement accès à plus de 81 % des consommateurs et 91 % du PIB total des pays du PTP.
- L'Institut Fraser a évalué les gains éventuels du PTP pour le Canada à un maximum de 0,5 % du PIB total, soit environ 9 milliards de dollars. Ce n'est pas rien, mais le Canada a aussi tout intérêt à préserver des secteurs économiques qui, juste au Québec, rapportent année après année près de 8,2 milliards de dollars au PIB, génèrent 92 000 emplois et permettent le versement de 1,38 milliard en taxes et impôt aux trésors gouvernementaux. Au plan canadien, ils contribuent pour plus de 30 milliards au PIB et génèrent plus de 300 000 emplois de qualité.
- Plusieurs font miroiter des gains potentiels sur le lucratif marché chinois alors et tous les grands pays exportateurs laitiers ciblent ce marché : l'Océanie, les États-Unis, l'Europe. Or, selon les experts de la Commission européenne, dans la prochaine décennie, la croissance des importations chinoises de produits laitiers passerait de 16 % par an au cours de la dernière décennie à 3 % par an dans la décennie à venir, sans compter la volonté de la Chine de devenir plus autosuffisante.

Q. Si les producteurs devenaient plus performants, ne pourraient-ils pas compétitionner avec les producteurs américains ou océaniques?

- Les producteurs laitiers et avicoles canadiens sont très performants au plan technique, mais la réalité, c'est qu'ils pratiquent l'agriculture dans un climat nordique. On ne pourra pas concurrencer le climat des producteurs de lait de l'Océanie et des États-Unis, ni les subventions des Américains qui ont renouvelé leur Farm Bill en 2014 pour dix ans en le dotant d'un budget de quelque 1 000 milliards de dollars US. L'Australie, de son côté, a déréglementé son secteur laitier en 2000. Depuis, ils ont perdu 51 % de leur fermes laitières, la production a chuté de 15 % et la valeur des exportations a chuté de 13 %. Ce n'est pas une histoire à succès dont il faut s'inspirer.

Q. Le marché laitier et avicole canadien est très fermé, comment espérer signer des ententes commerciales et continuer de fermer notre marché?

- Le Canada a signé 12 accords de libre-échange incluant l'ALENA. La gestion de l'offre a toujours été préservée dans ces négociations sans que cela nuise à la conclusion des ententes, tous les pays ayant des secteurs sensibles à préserver.
- Nous sommes les plus grands importateurs de produits agricoles et alimentaires par habitant au monde. Nous importons de 8 à 10 % de nos besoins de produits laitiers et de volaille. Les Américains, eux, importent moins de 3 % de leurs besoins en produits laitiers. Dans les faits, notre marché est bien plus ouvert que celui de nos concurrents.
- Les Américains en veulent toujours plus. Depuis l'entrée en vigueur de l'ALÉNA en 1994, les exportations totales de produits laitiers américains au Canada ont augmenté de 408 % en tonnage pour atteindre 156 763 tonnes en 2014, pour une valeur de près de 400 millions de dollars. Cela représente 78 % de toutes les importations canadiennes de produits laitiers.
- Pour leur part, les importations de volailles américaines au Canada totalisent une valeur de 717 millions de dollars alors que les importations d'œufs américains sur le marché canadien représentent 30 % des exportations totales d'œufs des Américains dans le monde et avoisinent une valeur de 100 millions de dollars. Pour ce qui est des œufs d'incubation, les États-Unis accaparent 20 % de notre marché pour une valeur de 44 millions de dollars.

Q. Le consommateur ne sera-t-il pas gagnant en ayant accès à plus de compétition dans les produits sous gestion de l'offre?

- Rien ne garantit que le prix du lait et des produits laitiers et avicoles soient plus bas sans la gestion de l'offre, bien au contraire. Par exemple, les prix de détail des produits laitiers canadiens sont comparables aux prix d'autres pays. Selon les données de la firme Nielsen, le prix moyen d'un litre de lait en 2014 était de 1,30 \$ au Canada, contre 1,83 \$ en Nouvelle-Zélande, 1,81 \$ en France, 1,15 \$ aux États-Unis, 1,19 \$ en Allemagne et 2,35 \$ en Chine. La Nouvelle-Zélande est le pays où le prix à la ferme est un des plus compétitifs au monde, et pourtant, le prix de détail est plus élevé qu'ici.
- Il est vrai qu'il y a un certain écart de prix entre le Canada et les États-Unis pour les produits sous gestion de l'offre, mais c'est le cas pour la majorité des biens de consommation. En 2013, le rapport du comité sénatorial sur l'Écart de prix entre le Canada et les États-Unis a constaté un écart de 23 % en moyenne à la faveur des États-Unis en comparaison des prix de détail de l'ensemble des biens de consommation au Canada.
- En décembre dernier, le gouvernement fédéral a indiqué vouloir donner de nouveaux pouvoirs au Bureau de la concurrence pour lui permettre d'enquêter sur les écarts de prix pour des produits vendus au Canada et aux États-Unis. Le gouvernement a alors fourni plusieurs exemples d'écarts dans des secteurs autres que ceux sous gestion de l'offre : « Une bouteille de shampoing de 1,5 litre se détaille environ 30 % plus cher au Canada qu'aux États-Unis; un téléviseur DEL de 46 pouces se vend 13 % plus cher au Canada; on paie près du double au Canada pour un flacon d'aspirine de 81 milligrammes; quant aux souliers de sport, ils sont beaucoup moins chers à Buffalo dans l'État de New York, qu'au Centre Eaton à Toronto ».
- Beaucoup d'autres facteurs que la gestion de l'offre expliquent les écarts de prix. La taille du marché et la concentration des secteurs de la distribution et de détail, la densité de population, les régimes fiscaux, etc.



FORTSETUNIS.CA
@CoalitionGO5

COALITION POUR UN MODÈLE AGRICOLE ÉQUITABLE,
LA GESTION DE L'OFFRE

