



**Aider les entreprises canadiennes à connaître la durabilité,
l'innovation et la croissance :
Mémoire prébudgétaire d'UPS Canada pour le budget fédéral de 2017**

Présenté au ministère des Finances

Christoph Atz
Président
UPS Canada
Août 2016

INTRODUCTION

UPS a bien accueilli les annonces du budget inaugural du gouvernement fédéral en 2016, qui a jeté d'importantes bases pour faire progresser les objectifs du pays en matière de durabilité, d'échanges et de croissance. Alors que le gouvernement fédéral continue de préciser dans le budget de 2017 ses priorités pour la croissance et l'innovation, UPS propose respectueusement les recommandations suivantes, afin que les entreprises canadiennes soient positionnées pour connaître la croissance, l'innovation et l'interconnexion durables au niveau mondial, à l'aide de technologies et de chaînes d'approvisionnement souples.

Sommaire des recommandations

1. Travailler avec les provinces à harmoniser les mesures incitatives liées à l'achat de carburant de remplacement pour les parcs de véhicules au Canada.
2. Investir dans les infrastructures commerciales du Canada.
3. Aider les entreprises canadiennes à réussir en ligne.
4. Déterminer les conditions de la réussite des entreprises canadiennes à titre d'importatrices et d'exportatrices.

Recommandation n° 1 : Travailler avec les provinces à harmoniser les mesures incitatives liées à l'achat de carburant de remplacement pour les parcs de véhicules au Canada

UPS loue l'investissement préventif du gouvernement du Canada dans son budget de l'an dernier, à savoir 62,5 millions de dollars sur deux ans et destinés à Ressources naturelles Canada, afin de soutenir le déploiement d'infrastructures pour les carburants de remplacement dans le transport, y compris les postes de ravitaillement en gaz naturel et en hydrogène. Cet investissement facilitera grandement aux entreprises de transport la transition vers des carburants de remplacement, puis l'adaptation aux nouveaux règlements et normes de la technologie du transport propre.

Bien que cet investissement soit considérable, UPS croit que la nouvelle infrastructure doit être complétée par des mesures incitatives fédérales devant aider les sociétés de transport à opérer cette transition coûteuse. Par exemple, chaque nouveau véhicule de livraison au GNC (gaz naturel comprimé) coûtera à UPS approximativement 91 700 \$ CA; comparativement, un nouveau véhicule de livraison à essence coûte 72 000 \$ CA. Un nouveau tracteur au GNC coûte environ 230 500 \$ CA et un tracteur au GNL (gaz naturel liquéfié), 214 800 \$ CA, comparativement à un tracteur au diesel, qui coûte à peu près 159 783 \$ CA.

Mondialement, UPS a réussi de nombreuses transitions de carburant pour les parcs de véhicules; toutefois, les plus complètes et efficaces ont été faites en partenariat avec les gouvernements. Des sociétés comme UPS pourront contrebalancer certains des coûts des immobilisations associés aux transitions, en travaillant en partenariat avec le Québec et l'Ontario, en vertu de mesures incitatives offertes par le Plan d'action contre les changements climatiques de l'Ontario, le programme Écocamionnage ainsi que Politique énergétique 2030 du Québec. Malheureusement, le Québec et l'Ontario sont les seules provinces à offrir diverses mesures incitatives.

Le budget fédéral de l'an passé accordait à Transport Canada et à Environnement et Changement climatique Canada 56,9 millions de dollars sur une période de deux ans, à compter de 2016-2017, afin d'aider la transition vers un secteur du transport plus propre, notamment par l'élaboration de règlements et de normes pour la technologie du transport propre. UPS recommande que les deux ministères se servent de l'effet multiplicateur de leur leadership national et consacrent une partie de cet investissement à une stratégie pancanadienne favorisant des mesures incitatives stables et uniformes, afin d'aider le secteur canadien du transport à opérer la transition vers du carburant de remplacement pour les parcs de véhicules, y compris des véhicules au GNL, au GNC et au propane. Des politiques spécifiques pourraient comprendre des crédits d'impôt fédéraux ou des exonérations fiscales pour les véhicules au gaz naturel, des subventions fédérales ou des bons d'achat.

Recommandation n° 2 : Investir dans les infrastructures commerciales du Canada

UPS loue le travail du ministre du Transport, au regard de la consultation des Canadiens à propos de l'avenir du système de transport du pays. Pendant que le gouvernement cherche à ouvrir aux marchés mondiaux les corridors commerciaux du Canada, il est essentiel que les futurs budgets fédéraux prévoient des fonds pour permettre aux infrastructures commerciales vieillissantes du Canada de demeurer compétitives en compagnie de celles d'autres régions qui mettent rapidement et respectivement à niveau les leurs.

De nouveaux projets d'infrastructures commerciales servent certes de stimulant immédiat, mais ils se traduisent aussi par des emplois durables pour les Canadiens parce que des portes sont ainsi ouvertes aux exportations canadiennes destinées aux marchés des classes moyennes en Inde, en Chine et au Vietnam. UPS appuie la recommandation de la Chambre de commerce du Canada, formulée dans son document de juin 2016, *Les infrastructures les plus importantes : La nécessité d'investir dans les infrastructures commerciales du Canada*; il s'agit d'accorder une priorité égale aux infrastructures commerciales dans le Plan d'infrastructure fédéral de 120 milliards de dollars, ainsi que de réaffirmer l'engagement fédéral envers les stratégies des corridors commerciaux, afin d'améliorer l'efficacité des chaînes nationales d'approvisionnement du Canada.

Recommandation n° 3 : Aider les entreprises canadiennes à réussir en ligne.

Par rapport à ces concurrents, le Canada a été relativement lent à innover dans la sphère du commerce numérique. Les entreprises canadiennes ont été réticentes à adopter les technologies nécessaires pour répondre à la demande croissante des consommateurs canadiens voulant acheter des produits et services en ligne. En 2013 – année de la plus récente étude de Statistique Canada, portant sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet dans le pays –, seulement 13 % des entreprises canadiennes faisaient de la vente en ligne¹. Non seulement est-il essentiel que les entreprises canadiennes fassent mieux pour accéder au marché intérieur, il est également nécessaire qu'elles ne ratent pas l'occasion de miser sur les marchés émergents à l'étranger. En 2014, les ventes mondiales du cybercommerce entre les entreprises et les consommateurs (B2C) ont atteint 1,5 mille milliards de dollars, pilotées par les marchés émergents, cependant que l'Asie-Pacifique surpassait l'Amérique du Nord et devenait le plus gros marché régional du cybercommerce mondial².

¹ Canadian Business, février 2016, <http://www.canadianbusiness.com/innovation/canada-ecommerce-innovators/>.

² eMarketer, février 2014, <http://www.emarketer.com/Article/Global-B2C-Ecommerce-Sales-Hit-15-Trillion-This-Year-Driven-byGrowth-Emerging-Markets/1010575#sthash.wyMdzi1f.dpuf>.

Les détaillants canadiens et les entreprises dans leur ensemble ne sont pas prêts à accepter les obligations numériques qui sont nécessaires à la survie et pour concurrencer dans l'économie d'aujourd'hui, laquelle évolue rapidement. Au Canada, 18 % des détaillants n'ont toujours pas de site Web, mais 89 % des Canadiens font des achats numériques. Seulement 36 % des détaillants prévoient augmenter leurs investissements en ligne au cours des deux prochaines années³. Les entreprises canadiennes ont besoin de soutien pour élargir leur base d'utilisateurs mobiles et en ligne, pour comprendre le cybermarketing, pour ajouter aux options d'expédition et de paiement, puis pour faire valoir leurs marques sur les marchés émergents. Puisque le gouvernement fédéral continue de réserver des fonds pour son nouveau programme d'innovation, en vertu de son engagement de 800 millions de dollars, UPS recommande que des fonds soient alloués pour aider les entreprises canadiennes à améliorer leurs stratégies numériques, veillant ainsi à ce que les sociétés canadiennes soient positionnées pour profiter pleinement de nouveaux marchés mondiaux qui ne sont accessibles qu'en ligne.

Recommandation n° 4 : Déterminer les conditions de la réussite des entreprises canadiennes à titre d'importatrices et d'exportatrices

Dans l'économie très intégrée d'aujourd'hui des grappes de la chaîne d'approvisionnement transfrontalière, les importations et les exportations jouent un rôle vital dans la productivité du Canada. À la fin de 2015, les exportations de biens et services du Canada correspondaient à 31 % du produit intérieur brut (PIB) du Canada et s'élevaient à 611 milliards de dollars⁴. Même si la contribution des exportateurs représente la majeure partie de l'activité économique, les importations sont un facteur de plus en plus important dans la croissance de la productivité du Canada. Entre 2000 et 2007, un remarquable deux tiers de la croissance de la productivité du Canada peut être attribuée aux apports intermédiaires provenant de l'étranger⁵.

Sans conteste, les politiques d'exportation préventives demeurent essentielles. À cette fin, le gouvernement peut positionner les entreprises canadiennes pour la réussite, à l'aide d'investissements continus dans le Service canadien des délégués commerciaux, afin d'aider les petites et moyennes entreprises à accroître leur présence sur le marché mondial. Toutefois, les chiffres paraissant plus haut soulignent aussi le besoin de politiques reconnaissant qu'un nombre grandissant d'entreprises canadiennes importent afin d'exporter. Puisque plus d'exportations réussies du Canada comportent des apports étrangers, il est important que les politiques d'importation douanières évitent ce que Joy Nott, président de I.E. Canada, Association canadienne des importateurs et exportateurs, décrit comme « l'écho de la chaîne d'approvisionnement », à savoir que dans « une bonne partie de la réflexion en politique commerciale canadienne, il est présumé à tort que la chaîne d'approvisionnement finit au dédouanement. En réalité, la paperasserie qui suit l'importation par les entreprises est un inextricable dédale de règlements, qui se traduit par un sentiment d'écrasement dans beaucoup d'entreprises canadiennes qui ont des échanges internationaux⁶. »

³ Rapport, *Cities as Warehouses: The Survival of Main Street Retail in a Digital World*, Yellow Pages 2016, <https://futureoflocalretail.yip.ca/en/#form>.

⁴ Statistique Canada, *Tableau 380-0070, Exportations et importations de biens et services*, <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/pick-choisir?id=3800070&p2=33&retrLang=fra&lang=fra>.

⁵ John R. Baldwin et Beiling Yan, *Expansion sur les marchés et croissance de la productivité : les nouveaux marchés intérieurs sont-ils aussi importants que les nouveaux marchés internationaux?*, Institut de recherche en politiques publiques, 28 mai 2015, <http://irpp.org/fr/research-studies/aots6-baldwin-yan/>.

⁶ Joy Nott, <http://irpp.org/wp-content/uploads/2016/02/AOTS6-Nott.pdf> [TRADUCTION].

UPS Canada est d'accord avec la recommandation du Canada⁷, en faveur d'une politique commerciale internationale, comprenant des importations comme partie importante de la chaîne d'approvisionnement, et supporte une approche souple, moins compartimentée pour la politique d'importation/exportation du Canada, dans laquelle la politique administrative, la politique d'exportation, les négociations commerciales internationales et les politiques tarifaires ne se trouvent pas sous quatre ministères gouvernementaux différents, comme c'est actuellement le cas.

Alan Gershenhorn, vice-président exécutif d'UPS et chef de la direction commerciale, a fait remarquer qu'un secteur et un pays qui trouvent des façons de réduire les coûts de la chaîne d'approvisionnement « voient maintenant pour leur avenir une hausse de valeur, l'amélioration des services, la promotion de l'innovation et l'intégration dans des chaînes complexes de valeur client. Ce virage incite à repenser les chaînes d'approvisionnement, à s'orienter vers l'exécution plus intelligente des commandes, des retours plus faciles, du risque gérable, la réduction des délais, une souplesse accrue et davantage de collaboration en planification. » [TRADUCTION] À cette fin, UPS recommande que les mesures incitatives sous le Programme d'innovation du Canada prennent aussi en compte les services de la chaîne d'approvisionnement, la gestion et les procédés comme aspect crucial des objectifs de l'innovation du Canada; des programmes qui encouragent l'adoption de nouvelles technologies et de pratiques efficaces contribueront à combler la lacune de la productivité du Canada.

EXEMPLE DE POLITIQUE : TROUVER DES EFFICACITÉS DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

UNE MESURE PRATIQUE POUR AMÉLIORER L'EFFICACITÉ DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT EST DE PERMETTRE À L'AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA (ASFC) D'ACCEPTER UNE SIGNATURE ÉLECTRONIQUE EN VERTU D'UNE ENTENTE GÉNÉRALE DE REPRÉSENTATION AVEC UN COURTIER EN DOUANE. CELA FACILITERAIT LES MOUVEMENTS DE BIENS, POUR LES SOCIÉTÉS CANADIENNES QUI DÉPENDENT D'IMPORTATIONS. LORSQUE L'ENTENTE GÉNÉRALE DE REPRÉSENTATION EST INTERVENUE, LA TECHNOLOGIE DE LA SIGNATURE ÉLECTRONIQUE N'EXISTAIT PAS. DEPUIS, CETTE SORTIE DE SIGNATURE EST DEVENUE UNE PRATIQUE RÉPANDUE DANS LES TRANSACTIONS COMMERCIALES ET REMPLACE LA SIGNATURE À L'ENCRE FRAÎCHE. LA MODERNISATION DU PROTOCOLE DE L'AGENCE DES SERVICES FRONTALIERS DU CANADA (ASFC), AFIN D'ACCEPTER LA SIGNATURE ÉLECTRONIQUE POUR L'ENTENTE GÉNÉRALE DE REPRÉSENTATION, RÉDUIRAIT LA QUANTITÉ DE BIENS RETENUS À LA FRONTIÈRE, EN ATTENDANT QUE LES FORMULAIRES SUR SUPPORT PAPIER SOIENT ENVOYÉS PAR COURRIEL, IMPRIMÉS, SIGNÉS, NUMÉRISÉS ET RETOURNÉS AU COURTIER. PASSER À L'ENTENTE GÉNÉRALE DE REPRÉSENTATION ÉLECTRONIQUE ÉLIMINE LE FARDEAU ADMINISTRATIF OU LA « PAPERASSERIE » RÉGLEMENTAIRE POUR LES IMPORTATEURS CANADIENS ET AMÉLIORE LEUR COMPÉTITIVITÉ, CAR CELA AIDE LES SOCIÉTÉS À ÉTABLIR UN CONTRAT AVEC UN COURTIER EN DOUANE AGRÉÉ AFIN DE DÉDOUANER LEUR MARCHANDISE AUPRÈS DE L'ASFC.

⁷ Joy Nott, <http://irpp.org/wp-content/uploads/2016/02/AOTS6-Nott.pdf>.

CONCLUSION

De plusieurs façons, UPS est aux premiers rangs du développement commercial canadien. Depuis la petite entreprise en démarrage jusqu'à la grosse société publique, UPS aide les entreprises canadiennes à collaborer avec leurs clients du coin, partout au pays et dans le monde. À titre de plus gros exploitant et fournisseur de services logistiques, UPS relie les entreprises canadiennes à celles de la collectivité mondiale.

UPS partage l'engagement du gouvernement fédéral, c'est-à-dire aider les entreprises canadiennes à atteindre leurs objectifs en matière d'expansion, d'innovation et de prospérité. UPS partage également cet engagement du gouvernement de faire croître les entreprises canadiennes dans un cadre propre et durable, afin que nous puissions contribuer à la santé et à la prospérité de générations futures. Nous avons hâte de travailler en partenariat avec le gouvernement du Canada à réaliser nos nombreux objectifs communs.

À PROPOS D'UPS

Avec son administration centrale à Burlington, en Ontario, UPS offre ses services au Canada depuis 1975; il s'agissait de la première expansion d'UPS à l'extérieur des États-Unis. UPS emploie plus de 12 000 Canadiens. UPS a un parc de 3 000 véhicules de livraison, tracteurs et leviers de déplacement; de ce nombre, 32 % des véhicules du parc fonctionnent au propane produisant peu d'émissions.

Depuis le début de ses activités au Canada, UPS a créé une gamme étendue de services et une solide infrastructure de réseau d'un bout à l'autre du pays. UPS est la société qui a le plus contribué à Centraide depuis 2000, et les employés d'UPS ont offert plus de 70 393 heures de bénévolat à plus de 400 organismes caritatifs au Canada.

S'il vous faut davantage d'information, voici nos coordonnées :
Affaires publiques, UPS Canada – 613-793-5747

Adresse de l'administration centrale d'UPS Canada :
1022, avenue Champlain
Burlington (Ontario) L7L 0C2