
JERRY DIAS
Président national

RENAUD GAGNÉ
Directeur québécois

PETER KENNEDY
Secrétaire-trésorier national

Montréal, le 11 décembre 2018

TARIFS D'EXPORTATION AUX ÉTATS UNIS

Compte rendu de la rencontre tenue à Washington D.C. le 28 novembre 2018

À la suite des discussions avec Rio Tinto Alcan sur les effets de l'imposition des tarifs sur l'aluminium, Unifor a accepté d'envoyer une délégation à Washington D.C. afin de rencontrer certains joueurs importants de l'industrie. L'objectif était de bien comprendre leurs enjeux et méthodes et partager avec eux les stratégies que nous avons établies avec les entreprises productrices de matières premières et de transformation.

Étaient présents pour Unifor

Marty McIlwrath, président de la section locale 2301
Cliff Madsen, agent d'affaires de la section locale 2301
Jerry Dias, président national d'Unifor
Deb Tveit, adjointe au président d'Unifor
John Caluori, adjoint au directeur québécois d'Unifor

Les diverses rencontres

❖ Association de l'aluminium des É-U (Aluminium Association)

Cette association représente 114 différentes entreprises et 164 000 emplois. Leurs membres fabriquent 70% des produits qui sont expédiés en Amérique du Nord. Étaient présents à la rencontre : Heidi Brock (présidente), Laurens Wilk (vice-présidente des politiques d'échange international) et Joe Quinn (vice-président des affaires publiques). Ils ont déployé beaucoup d'énergie pour faire tomber les tarifs et éviter même les quotas. Comme nous, ils croyaient que les tarifs ont été imposés comme levier à l'entente ÉUMCA. Du point de vue de leurs membres, garder les tarifs avec une entente ratifiée rendrait impossible l'application des obligations en vertu de l'entente. Les effets positifs sur les emplois ne sont pas aussi importants que le soutient le président

américain Donald Trump, car il s'agit seulement d'une croissance de 3,5% depuis l'imposition.

Avec l'application de l'article 232, aucun de leurs membres ne prendra la chance d'investir du capital dans leurs installations. Ils estiment qu'il est impossible de subvenir au besoin domestique des É-U en repartant les installations existantes. Cela nécessite de l'énergie et ils n'en ont pas suffisamment. Et même si c'était le cas, cela ne répondrait qu'à 40% de leur besoin intérieur.

Ils sont très actifs sur la colline et multiplient les interventions pour faire tomber les tarifs. Ils estiment même que les tarifs par l'article 232 viennent éliminer les récents crédits d'impôt accordés aux entreprises par le gouvernement Trump. **Leur position est de ne pas signer l'accord si les tarifs sont encore en vigueur.**

❖ Ambassade canadienne

Étaient présents à la rencontre Carrie Goodge (conseillère aux échanges commerciaux), Frédéric Tremblay (directeur du gouvernement du Québec à Washington), Jérôme Bélanger (conseiller aux échanges commerciaux), Colin Bird (ministre conseiller politique économique et commerciale), Peter Mckernan (premier secrétaire politique économique et commerciale) et Brad Wood (premier secrétaire commercial).

Ils sont d'avis que les tarifs sur l'aluminium et l'acier sont deux questions totalement distinctes. La tarification de l'aluminium n'aurait jamais dû se faire et constitue un dommage collatéral. Maintenant qu'il est imposé, le président Trump ne peut plus faire marche arrière en dissociant les deux. L'équipe à l'ambassade tente par tous les moyens de trouver une porte de sortie pour les deux pays d'autant plus qu'il n'y a rien d'économique dans cette décision. Il s'agit juste d'une stratégie politique pour la base électorale du président et de ceux qui le conseillent. Pour eux, même Wilbur Ross reconnaît que les tarifs sur l'aluminium ne sont aucunement justifiés et Lightzer comprend les différences.

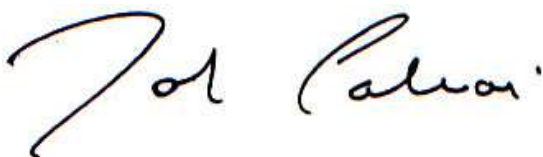
L'administration du président Trump écoute les interventions, mais l'équipe de l'ambassade demeure persuadée que seules les parties prenantes de l'industrie ont de l'influence. Il semblerait en effet que leur message ne passe pas. **Ils sont d'avis que l'entente ne doit pas être ratifiée si les tarifs demeurent.** De plus, ils souhaiteraient avoir beaucoup plus de support contre les tarifs de la part des syndicats américains, ce qui est loin d'être le cas.

❖ Chambre de commerce des É-U

Seul le vice-président et officier en chef des politiques Neil Bradley était présent. La chambre de commerce fait une campagne publique pour sensibiliser l'administration du président Trump via les personnes influentes de Washington. La campagne sur les réseaux sociaux est concentrée sur la mise en évidence des effets négatifs de ces tarifs sur l'industrie et les coûts inutiles qu'ils engendrent aux entreprises. Ils disposent d'un site internet qui suit par exemple l'ensemble des coûts assumés à ce jour depuis l'imposition des tarifs canadiens et mexicains qui s'élèvent à 13 516 483,517 \$.

J'ai compris de ces rencontres que ni l'industrie ni les associations n'ont mis suffisamment d'emphasis sur les effets négatifs des tarifs sur les emplois et les économies régionales. Ils ont aussi beaucoup de difficulté à travailler ensemble comme c'est le cas ici. L'association n'a même pas de données sur les projets d'investissements de leurs membres, les innovations, les emplois, etc.

Ce qui est encore plus frappant, c'est le manque de manifestation grand public et de lobby auprès des décideurs et personnes influentes de l'administration Trump. Nos sources nous assurent que la majorité des interventions sont plutôt discrètes et faites derrière les portes closes par peur des représailles de l'administration Trump.



John Caluori
Adjoint au directeur québécois