



Ottawa, le 31 août 2021

Acheter Canadien donne du tonus aux régions et lutte contre les GES

(Lettre ouverte aux candidats et candidates de tout parti à l'élection fédérale rédigée par le président-directeur général de l'organisme « Bien fait ici » [www.ici-here.ca] au nom de 160 usines qui en font partie et du réseau de plus de 2300 quincailleries et centres de rénovation qui le supporte.)

Alors que l'heure est à la relance verte, à un développement dit plus durable, nous invitons chaque personne qui a décidé de poser sa candidature pour devenir député au palier fédéral à se poser la question suivante : pourquoi sommes-nous si timides quand vient le temps de soutenir concrètement l'achat de produits réellement fabriqués au pays ?

Le « Buy American Act » et ses équivalents dans tous les pays de l'Occident n'ont pas vraiment leur contrepartie canadienne. En effet, par souci d'ouverture sur le monde, ou peut-être due à cette tendance canadienne à s'excuser pour tout, presque d'exister, notre gouvernement ne discrimine pas positivement les usines d'ici. Il y a pourtant tellement d'options pour promouvoir l'achat local dans les approvisionnements publics sans froisser les ALENA de ce monde.

Quant à l'appui à la fabrication locale auprès des consommateurs, on se cantonne dans le cosmétique. Le panier bleu québécois est copié-collé d'un slogan provincial à l'autre, défendu avec du blabla populiste où les importateurs de produits souvent de qualité discutable, qui considèrent peu ou pas les fournisseurs d'ici, sont encouragés au même titre que les commerçants s'inscrivant dans un développement plus vertical ou solidaire, ou encore circulaire.

Qu'il soit clair que nous sommes pour l'achalandage dans les boutiques de rue, peu importe ce qu'elles vendent, et que leur présence exerce un sain contrepois aux transactions virtuelles sur les plateformes des géants. Mais ne soyons pas dupes et encore moins complices d'une farce : acheter une machine à pâtes faite en Chine dans une charmante boutique de Milan n'est pas un achat local italien.



Nous souhaitons que les candidats et candidates de tout parti prennent mieux en compte, dans leurs programmes et éventuellement dans leurs actions comme élus, l'apport réel de l'activité manufacturière au tonus socio-économique d'une municipalité, d'une région, d'un pays ; outre que les emplois en usine sont nombreux, stables et généralement bien rémunérés, il faut savoir que les entreprises fabricantes génèrent trois fois plus de retombées économiques et fiscales que celles qui se contentent d'importer de la marchandise.

Dans le cas particulier du programme « Bien fait ici » s'ajoute un impact d'ordre climatique puisque l'utilisation de matériaux moins énergivores dans leur fabrication et leur distribution, incorporés à des circuits d'approvisionnement plus courts, favorise la réduction des GES.

Nous pourrions aussi invoquer la variable logistique comme motif supplémentaire d'encourager la relocalisation des activités manufacturières au pays et la création de grappes cohérentes par région, car les délais et surtout l'incertitude ont été exacerbés avec l'actuelle pandémie. Il en résulte des retards et des brisures dans les chaînes d'approvisionnement aux répercussions excentriques sous la forme de perte de contrats ou d'employés, du moins, des marges bénéficiaires espérées.

Parler et agir en faveur de politiques qui stimulent l'activité manufacturière dans le secteur des matériaux de construction et promouvoir leur consommation par les gouvernements comme par les citoyens et les entrepreneurs nous apparaît comme un devoir pour tout élu et ceux et celles qui aspirent à ce statut.

La post-pandémie, la campagne électorale, le besoin de relance et la pression verte nous semblent l'occasion idéale de créer chez les consommateurs en quincaillerie et les entrepreneurs en construction le réflexe d'acheter Canadien.

Richard Darveau
président-directeur général
organisme « Bien fait ici »