

des travaux au meilleur prix et de la façon la plus efficace. Mais cette méthode n'a jamais pu être mise au point car la plus basse soumission est généralement présentée par un entrepreneur qui se dit: «Je n'ai pas beaucoup de pain sur la planche, mais il faut que je donne du travail à mes ouvriers. Je vais soumettre un prix bas, en espérant obtenir plus tard un contrat avantageux.» Malheureusement, il perd de l'argent sur l'adjudication et doit fermer boutique. Les entreprises rentables sont celles qui répondent à des appels d'offres portant sur 15 ou 20 millions de dollars, mais elles sont peu nombreuses et se répartissent le travail entre elles. Le même principe s'applique aux compagnies pétrolières.

L'honorable député a parlé de fusions et, s'il m'est permis de revenir pour un instant sur ce sujet, je tiens à signaler que la question a été envisagée sous l'angle du nationalisme économique. A l'origine, une fusion était le résultat des efforts d'une société, ou d'un groupe de sociétés, pour prendre le contrôle d'industries connexes susceptibles de favoriser la production ou la vente. Cette opération présentait des avantages. Par exemple, York Air Conditioning, ou une des autres grandes sociétés, a racheté certains de ses fournisseurs pour s'assurer la fourniture de matériel et pour améliorer l'efficacité de son exploitation.

Les fusions ne répondent plus à des impératifs d'efficacité; ce sont de simples opérations boursières. Une compagnie acquerra une autre compagnie non parce que celle-ci sera de nature à l'aider dans sa propre activité, mais parce qu'elle aura des réserves en espèces. Son dossier des ventes sera avantageux. Elle aura éprouvé des pertes dont la société acheteuse tirera avantage. La première pourra ainsi faire ressortir la valeur de ses propres actions.

Si le député retrace l'histoire de certaines fusions, il constatera que, d'habitude, elles sont l'œuvre d'un groupe de particuliers, artistes escrocs, habiles à s'emparer de la direction d'une société. Au moyen des actions courantes ou des futures actions de la compagnie achetée, ils acquièrent une autre compagnie par un transfert d'actions et un dépôt de fonds. Mais la nouvelle fusion exige encore une autre fusion avec d'autres compagnies. A mesure que les nouveaux propriétaires acquièrent plus de compagnies, ils continuent d'ajouter à leur état financier, comme si, à la vérité, les actifs de leur mégapole s'accroissaient. Cependant, après des transferts d'actions dans les deux sens et la réalisation conséquente de quelques millions de dollars, le gros monopole se trouve un jour dans l'impossibilité de verser des dividendes et, naturellement, ses actions touchent le plus creux du marché. Telle est l'histoire des fusions amorcées sans respect du sens commun.

Le député a parlé de la politique de concurrence. Je le répète, monsieur l'Orateur, il n'existe pas de véritable concurrence. Il est passé le temps où un modeste fabricant pouvait soutenir la concurrence des gros. Il est passé le temps où un particulier pouvait fonder une usine avec deux ou trois travailleurs, s'assurer graduellement une part plus large du marché et la voir prendre de l'expansion. Si une modeste entreprise menace aujourd'hui une grande compagnie, on la force à abandonner les affaires en un clin d'œil, ou bien on en fait simplement l'acquisition. On ne peut plus produire pour un marché limité. Il

faut produire pour un marché énorme, ce qui exige un investissement de millions de dollars. Combien de modestes entrepreneurs peuvent faire sonner quelques millions de dollars dans leurs poches? Il y en a très peu. La réalité nous fait voir les grandes sociétés, qui fonctionnent assez efficacement, qui exercent à quatre ou cinq un monopole sur le marché et tolèrent à la périphérie les petits entrepreneurs, qui doivent en retour fournir de bonnes idées et sembler leur faire concurrence.

Les ventes ne sont plus sous le contrôle du consommateur. Le Conseil économique et d'autres autorités s'imaginent que c'est l'acheteur qui déclare: Voici ce que je veux. J'ai tant d'argent à dépenser. Ce produit-là est bon. Je le veux et je l'achète. On suppose qu'il s'agit là d'une décision rationnelle de la part de l'acheteur, mais c'est absurde. Les décisions supposément prises par le consommateur le sont en fait par le producteur. Le producteur sait, d'après les recherches qu'il a effectuées, qu'il va produire tel article à tant de millions d'exemplaires. Puis il se dit alors: Je vais dépenser tant de millions de dollars pour mousser la vente et persuader le consommateur qu'il a absolument besoin de ce produit. Le marché n'est donc pas libre; le producteur influence le consommateur, qui achète son produit.

La concurrence entre les grandes compagnies dépend du succès de leurs campagnes publicitaires. On en a traité longuement dans les pages financières du *Wall Street Journal* et d'autres publications. Ainsi, le marché automobile était en difficulté ces dernières années à cause de la rareté de l'argent. On s'attendait que les fabricants d'automobiles cèdent à la panique, car leurs voitures ne se vendaient pas parce que les gens ne disposaient pas de l'argent nécessaire. Monsieur l'Orateur, cela n'a nullement troublé les fabricants. Leurs plans étaient faits; ils savaient combien de voitures se vendraient en cinq ans, car ils avaient réussi à persuader les Américains et les Canadiens que chacun d'eux devait s'acheter une voiture neuve tous les deux ou trois ans.

Dans l'intervalle, quand le cycle de régression est entré en jeu, les fabricants n'ont eu qu'à orienter leurs efforts du côté du vendeur d'automobiles. Ils lui ont dit: Durant un an ou deux, nous allons vous laisser faire de l'argent grâce aux réparations. Comme vous le savez, chaque vendeur est censé doter son service de vente d'un service de réparations. Depuis deux ou trois ans, les réparations rapportent aux garagistes. Maintenant qu'on remet l'accent sur les voitures neuves, ils retrouveront leur place sur ce marché et le constructeur d'automobiles n'en souffrira pas.

Monsieur l'Orateur, même si ces documents étaient déposés, le député n'en tirerait aucun bénéfice car ils sont fondés sur l'hypothèse que la concurrence existe, que les petites entreprises concurrencent les grosses et que c'est finalement le consommateur qui décide. Je pense avoir expliqué au député les bases fallacieuses sur lesquelles ces documents sont fondés et qui rendent leur dépôt sans importance.

M. D. Gordon Blair (Grenville-Carleton): Monsieur l'Orateur, cette motion nous donne l'occasion d'étudier deux aspects importants de nos politiques publiques actuelles. Les points que j'estime importants sont, d'abord, le fonctionnement du Conseil économique du Canada et, deuxième-