

Enquêtes sur les coalitions—Loi

Au cours des réunions du comité et pendant les séances de cette Chambre, nous n'avons reçu que des promesses nous assurant que certaines de ces demandes seraient examinées à l'étape suivante du bill. On nous reporte toujours à l'année suivante ou à l'étape suivante. Il suffit de retracer l'historique de ce bill pour constater que l'année suivante n'arrive jamais et qu'il en a été ainsi depuis 1971. En 1971, en effet, on en était à la première et à la deuxième étape du bill. Le gouvernement allait examiner la question et se pencher également sur le problème des monopoles, de l'intégration verticale, du cumul des postes d'administrateurs, etc.; mais le secteur commercial a poussé tant de hauts cris que le gouvernement a décidé de diviser le bill en deux et a présenté la partie la plus inoffensive à la Chambre, celle dont nous sommes saisis aujourd'hui.

Nous voici en 1975; il a fallu donc quatre ans pour que cette partie du bill soit présentée à la Chambre. Combien de temps encore faudra-t-il avant que la Chambre ne prenne connaissance de la deuxième partie de ce bill? De qui le ministre se moque-t-il lorsqu'il nous affirme que la deuxième partie du bill sera présentée l'année prochaine? Souvenez-vous du battage fait autour de la question des monopoles dans notre pays et en retour tout ce que l'on trouve à nous dire, c'est que l'année prochaine ou à l'étape suivante, le gouvernement va étudier la question. Il est tellement facile de dire aux Canadiens qu'on va bloquer les salaires; cela est si facile à faire. Mais, au dire du ministre, il est difficile d'aller dans le commerce et d'imposer aux compagnies une certaine méthode d'exploitation qui soit à l'avantage des consommateurs. Assurément, monsieur le ministre, si on peut faire l'un on peut faire l'autre. Il n'est sûrement pas déraisonnable d'attendre ceci de la part de quelqu'un qui se dit ministre de la Consommation. Il faut se souvenir qu'il est en fait ministre de la Consommation et des Corporations—on oublie souvent cette partie de son titre et je me demande s'il n'est pas en réalité l'homme des Corporations plutôt que de la Consommation.

● (1630)

Il faudrait beaucoup d'imagination pour trouver quoi que ce soit d'absolu dans ces amendements. Ils sont inspirés non seulement par notre parti, mais aussi par tous les groupes de consommateurs avertis au pays, ils rencontrent donc un large appui. Comme le ministre l'a reconnu, le domaine n'est pas nouveau. Plusieurs provinces ont déjà légiféré sur différents aspects de la mesure proposée, il les rendra donc plus fortes.

Je fais de nouveau appel au bon sens des députés de tous les côtés de la Chambre pour leur demander d'appuyer cet amendement.

M. F. A. Philbrook (Halton): Monsieur l'Orateur, j'aimerais parler de la motion n° 20, en commençant par quelques remarques générales. En tant que membre du comité des finances et de l'industrie, j'ai, au cours de la dernière session, consacré plus de temps au bill sur la concurrence, bill C-2, qu'à tout autre travail. En plus des nombreuses séances de comité, mes collègues libéraux et moi-même avons passé bien des heures à nous préparer à ces discussions. Ce temps a été bien utilisé et a fait honneur au ministre de la Consommation et des Corporations (M. Ouellet) ainsi qu'à son secrétaire parlementaire de l'époque.

Le bill sur la concurrence est plus qu'un événement important, c'est un extraordinaire défi. La libre entreprise est un des éléments les plus importants de notre économie

mixte et de notre régime démocratique; et la concurrence, un des éléments les plus importants de la libre entreprise. Les deux font naturellement partie de la philosophie libérale. Toutefois, la liberté de l'un empiète sur la liberté de l'autre. Assez ironiquement, plus la concurrence d'un homme est efficace, plus il a tendance à éliminer ses concurrents.

C'est ainsi que nous avons vu dans notre genre de société naître de grands empires. Nous avons vu la liberté et la libre entreprise s'affaiblir elles-mêmes. La concurrence, âme de notre société, a tué la concurrence parce que les concurrents ne sont pas tous égaux et ne respectent pas tous la règle du jeu. La liberté et les possibilités sont sacrifiées sur l'autel de l'efficacité et de la puissance. Ainsi, il nous faut un équilibre tant dans la liberté que dans la concurrence. Idéalement, les forces du marché devraient préserver cet équilibre et le gouvernement ne devrait pas avoir à intervenir. Malheureusement, cela n'a pas toujours été le cas en pratique, c'est pourquoi il a fallu légiférer. La nécessité d'une législation de ce genre fait aussi naturellement partie de la philosophie libérale.

Le jeu des forces en action sur le marché est délicat et complexe, et il est difficile de leur substituer une série de règles. Toutefois, l'opinion publique a décrété qu'il n'y a plus suffisamment de concurrence sur la place du marché et qu'on n'y retrouve plus cette alliance heureuse de la haute qualité et du bas prix, que ce soit pour les biens ou les services. La pression publique contraint le gouvernement à s'en mêler et à agir comme arbitre dans l'intérêt du consommateur; il doit non seulement protéger ce dernier, mais aussi le petit concurrent, l'homme d'affaires type du Canada.

A mesure que l'on examine ce projet de loi de façon détaillée et que l'on entend l'exposé des différents témoins, certains problèmes d'ordre général, inhérents à une mesure législative de ce genre, commencent à se dessiner. Tout d'abord, elle doit, en grande partie, rester dans les généralités, car il est matériellement impossible de prévoir tous les cas. Deuxièmement, le champ d'application de chaque disposition compare des zones vagues où seul un jugement exercé et prudent peut maintenir un juste équilibre et protéger à la fois tous les intéressés: le client, la grande et la petite entreprise. Troisièmement, sous bien des aspects, on empiète sur l'esprit de la mesure législative qui, à l'origine, proposait d'assurer une saine concurrence alors qu'on semble maintenant vouloir protéger le client de l'homme d'affaires, ce qui est un objectif connexe et valable. Pour plus de clarté, on aurait dû intégrer ces articles dans un projet de loi sur la protection du consommateur plutôt que dans celui sur la concurrence. En effet, certains aspects de la mesure risquent même de rendre nécessaire l'adoption d'un bill sur la protection de l'homme d'affaires.

Les parties du bill qui visent davantage à protéger le consommateur, ou l'individu, qu'à maintenir la concurrence comprennent peut-être des lois et des directives étrangères, le complot relatif au sport amateur et professionnel, la publicité trompeuse, la garantie notablement trompeuse, le double étiquetage, la vente pyramidale, la vente par recommandation, les prix d'occasion, la vente à prix d'appel, la vente à un prix supérieur au prix annoncé, les concours publicitaires et le maintien des prix. Toutefois, on pourrait alléguer que, même si ces procédés peuvent induire les clients éventuels en erreur, ils sont également susceptibles d'assurer un certain avantage sur le marché et, partant, d'éliminer la concurrence. Ces disposi-