

Les subsides

J'aimerais rappeler la conduite et le comportement de notre premier ministre, du secrétaire d'État aux Affaires extérieures (M. Clark), qui n'est pas à son siège, et du ministre du Commerce international (M. Kelleher). Votre conduite, monsieur le Président, est bien mieux avisée que la leur. Je trouve que ces trois honorables ministres font preuve non seulement de négligence, mais de grossière négligence quand il s'agit de représenter les intérêts supérieurs des Canadiens à l'heure actuelle et de protéger, de défendre et de rehausser nos avantages économiques éventuels pour l'avenir. Ils se sont emparés du ballon du libre-échange. Ils l'ont échappé. Ils sont tombés par dessus. Ils l'ont ramassé et l'ont échappé à nouveau. Ils l'ont lancé à gauche et à droite. Ils l'ont lancé derrière. Ils sont tombés dans la flaque d'eau. Ils courent dans tous les sens. Nous révélons notre incompetence à nos amis américains et au monde entier, sur la scène internationale. Quel effet cela a-t-il sur notre réputation comme État souverain à l'étranger? Qui mène l'attaque? C'est le très honorable premier ministre du Canada. Voilà le problème dans ces négociations.

J'ai dit au départ que mes collègues du Nouveau parti démocratique avaient peut-être l'intention de parler d'«incompétence» dans leur motion. C'est en fait ce que veut dire l'amendement. La preuve, c'est que quand les députés d'en face se lèvent pour répondre aux questions des députés de l'Opposition, ils feraient bien de se souvenir de ce qu'ils ont fait pour les travailleurs de la Colombie-Britannique. Que va-t-il se passer le 6 juin 1986? Comme l'a dit tout à l'heure un de mes collègues, la réponse est: *res ipsa loquitur*.

M. Chuck Cook (secrétaire parlementaire du secrétaire d'État aux Affaires extérieures): Monsieur le Président, Bob Thompson, qui a été député de la région de Red Deer à la Chambre pendant pas mal d'années, a déclaré un jour que les Américains étaient nos meilleurs amis, bon gré mal gré. Cette affirmation demeure tout aussi vraie aujourd'hui qu'à l'époque, dans les années 60. Que nous parlions de libre échange, d'amélioration des relations commerciales, ou de libéralisation des échanges commerciaux, nous ne devons pas l'oublier.

Ces temps derniers, l'Opposition a souvent choisi de discuter à la Chambre de la question de l'amélioration des relations commerciales avec les États-Unis. Je suis heureux que l'Opposition nous donne l'occasion de dire et de répéter sans cesse que le monde évolue et que le Canada ne veut pas et ne doit pas rester à la remorque de cette évolution.

Disons simplement que le Canada ne peut pas rester sur la touche pendant que les données du commerce mondial évoluent pour dire tout d'un coup un beau jour: «Arrêtez le monde, nous voulons embarquer». Il faut que le Canada soit le premier et le plus rapide à agir si nous voulons protéger nos marchés extérieurs.

N'allons surtout pas croire qu'il n'y a pas d'autres pays qui s'intéressent au marché américain. Tous les pays du monde ont les yeux tournés vers le marché américain. Si nous ne faisons pas tout ce que nous pouvons pour nous protéger et nous assurer de notre part de ce marché, nous risquons d'avoir des ennuis très sérieux. Tout vide, tout créneau que les Canadiens abandonneront sera exploité par d'autres pays du monde entier. Nous devons réagir pour protéger l'emploi des Canadiens qui se consacrent à la création de produits et de services destinés à l'exportation. Un emploi sur quatre au Canada est

lié aux exportations. Le gouvernement n'est pas passif, nous sommes créatifs. Nous voulons créer dans le domaine commercial.

Permettez-moi de vous expliquer très simplement ces négociations commerciales grâce à une comparaison. Je vais me servir d'une terminologie des affaires élémentaire. Supposons qu'une entreprise ait un certain nombre de clients, dont l'un est le plus gros et absorbe les trois quarts de la production de cette société. Supposons aussi que cette société souhaite se développer. Elle peut avoir toutes sortes de raisons pour cela. Disons qu'en général toutes les sociétés souhaitent se développer. Cela peut être une génération de la famille qui veut s'agrandir. Quoi qu'il en soit, cette expansion va créer de nouveaux emplois. Que doit faire la société? Elle va tout d'abord lancer une campagne de vente pour accroître ses ventes. Elle va faire quelque chose qui est tout aussi important, elle va multiplier ses discussions avec son client principal, celui qui absorbe la plus grande partie de sa production. La société va tout faire pour garantir la poursuite de ses transactions avec ce gros client, son client numéro 1. Un léger recul du pourcentage des ventes réalisées avec ce client risquerait en effet de coûter plus cher que toutes les ventes à de nombreux autres clients moins importants.

Cette technique commerciale a été décrite à maintes reprises et à divers endroits, dans des salles de réunion, à des ateliers, en classe et dans des salles de conseil. Je l'ai fait moi-même. La plupart du temps, on reprend simplement le vieux dicton «mieux vaut tenir que courir». Dans ce cas-ci, ce qu'on tient, c'est l'aigle américain et, soit dit en passant, jamais un aigle n'a pu avoir raison d'un castor en bonne santé.

Voilà comment se déroule le commerce au niveau international. Quand un pays a un principal client, il prend toutes les mesures raisonnables et profitables pour le garder. Les États-Unis sont le principal client du Canada. Il serait insensé de mettre sur pied des programmes pour augmenter nos exportations sans essayer en même temps de protéger notre commerce avec notre client le plus important. Si nous ne protégeons pas ce marché, nous pourrions travailler pendant des années pour remplacer même une petite partie des ventes aux États-Unis que nous risquons de perdre.

● (1540)

Je reviens maintenant à l'entreprise dont je parlais tantôt. Que fait-elle si elle décide de garantir ou du moins de protéger ses ventes à son principal client? Presque toutes les entreprises font la même chose. Elles communiquent avec leur client important. Elles lui demandent si tout va bien, comment sont les prix, quel genre de marché aiderait les ventes, et ainsi de suite. L'important, c'est que l'entreprise discute de ses ventes futures avec son client. Que peut-on faire qui soit à l'avantage des deux, et j'ai bien dit des deux, entreprises? Comment ces rapports spéciaux peuvent-ils être utiles aux deux entreprises? C'est de cela que les entreprises discutent et c'est aussi de cela que discuteraient le Canada et les États-Unis. Nous devons discuter avec notre meilleur client pour voir ce que nous pouvons faire ensemble pour rendre nos transactions commerciales futures plus utiles aux deux pays. C'est le simple bon sens et je n'ai pas à m'excuser de parler de bon sens quand il s'agit des