

L'hon. M. Fleming: J'ai fait remarquer que le crédit supplémentaire est attribuable en partie au fait qu'on a convaincu les banques, l'automne dernier, d'entreprendre un programme de prêts pour l'amélioration des maisons et qu'on a considéré comme des plus utiles, pour stimuler les travaux d'hiver, que ce programme fût porté à l'attention du public canadien. Cela a donné lieu à un accroissement des dépenses relatives au programme de publicité, en plus de ce qui était antérieurement envisagé.

Qu'il me soit permis de dire qu'un nombre sans cesse croissant de sociétés, d'entreprises, d'organismes, d'associations, ainsi que tous les secteurs de la société, ont appuyé cette campagne visant à convaincre les gens d'entreprendre le plus grand nombre possible de travaux propres à créer de l'emploi au cours de l'hiver, et ont transmis le message d'encouragement des travaux d'hiver par le truchement des organes de réclame. Voilà un exemple de la collaboration que le public a accordé au ministère du Travail, et dont nous lui en sommes reconnaissants. Cette campagne a été rendue possible grâce à la documentation qu'a préparée la Direction de l'information du ministère du Travail à l'intention d'agences non gouvernementales. Cela signifie que plus de Canadiens ont été encouragés à faire faire plus de travaux en hiver, alors que les hommes et les matériaux sont disponibles, et au moment où nous avons toujours un problème de chômage saisonnier, sans compter le chômage provenant d'autres sources. On estime que pour chaque dollar de réclame payé par le gouvernement, \$10 sont venus d'autres sources. Cela comprend, bien entendu, non seulement la publicité à l'échelle nationale, mais aussi l'appui à l'échelle locale, qui a bien augmenté cette année par suite du rôle plus important qui a été confié aux succursales du Service national de placement dans tout le Canada.

L'hon. M. Hellyer: C'est ce que j'avais cru comprendre aux paroles du ministre, et je dois admettre que j'en suis étonné. Le gouvernement se fait l'apôtre de doctrines très bizarres. A plusieurs reprises, il nous a donné des exemples de ce qu'on pourrait appeler des tours de comptables à la Houdini. On a demandé en Chambre au ministre des Travaux publics d'étudier l'à-propos de permettre aux banques à charte de consentir des prêts aux taux actuels de la loi nationale sur l'habitation. Il a répliqué, avec des airs de dignité outragée, que le gouvernement n'avait pas l'intention de jouer avec les taux d'intérêt des banques; qu'il doit maintenir ces taux; qu'il ne doit pas permettre des

[L'hon. M. Hellyer.]

changements qui augmenteraient le fardeau imposé aux contribuables qui empruntent des banques, et il nous a accusés de faire cette recommandation pour des motifs politiques.

Cependant, monsieur le président, voilà le ministre des Finances qui fait de même, en passant par la petite porte. Au lieu de permettre aux banques à charte d'augmenter leurs taux, il leur dit: «Si vous faites ce que nous vous demandons, nous nous chargerons de votre publicité, de façon à réduire vos frais de fonctionnement.» Voilà un principe bien étrange, en vérité, monsieur l'Orateur.

Le gouvernement refuse d'admettre que les banques ne consentent pas certaines catégories de prêts aux taux autorisés par la loi. Mais, afin de les encourager à consentir ces prêts, que le gouvernement souhaite leur voir accorder, celui-ci leur dit: «Nous allons prendre dans notre caisse certains montants pour faire votre publicité, de façon que le public s'adresse à vous quand il a besoin de prêts. De cette façon, nous mitigerons les conséquences de la limite statutaire imposée pour les intérêts que vous avez le droit de demander.» Chose fort surprenante, monsieur le président. Le ministre des Finances a déjà agi de même, avec son habileté évidente et ses tours de passe-passe, lors de ses campagnes d'obligations d'épargne. Par conséquent, il cherche à obtenir indirectement ce qu'il se refuse à faire sans détours à cause des conséquences politiques qui pourraient avoir une action directe.

Voilà donc le gouvernement du Canada, qui dépense l'argent des contribuables pour faire de la publicité aux entreprises privées, et annoncer que ces entreprises sont disposées à conclure sur demande des affaires avec le grand public. Peut-on concevoir un principe plus discutable que celui-là? J'aimerais que le ministre des Finances explique au comité pourquoi il nous faudrait voter de l'argent au gouvernement canadien pour lui permettre, en pratique, d'accroître les bénéfices que réalisent les institutions privées sur les prêts qu'elles consentent aux contribuables, qui ont en définitive à acquitter ces frais de publicité.

L'hon. M. Fleming: Monsieur le président, voilà une des affirmations les plus ridicules que le comité ait jamais entendue. Force m'est d'en conclure que le député n'aime pas que les banques se lancent avec une certaine énergie dans un programme de prêts à l'amélioration des maisons. Je dois dire que le gouvernement a été très heureux de constater l'automne dernier, en discutant la question avec les banques, que celles-ci étaient disposées à entreprendre un programme plus ambitieux de prêts à l'amélioration des maisons. Il y voyait évidemment une source d'emploi,