

commandes. En d'autres termes, nous devons en premier lieu augmenter nos ventes.

Comment allons-nous procéder? Deux voies s'offrent à nous. La première consiste à augmenter considérablement nos exportations qui absorbent le tiers de notre production. La seconde façon d'augmenter nos ventes à l'intérieur comme à l'extérieur serait de réduire les coûts de production et, partant, les prix de façon que les produits canadiens puissent soutenir la concurrence aussi bien à l'intérieur du pays que sur les marchés d'exportation. Il nous faut, de plus, accroître le volume des ventes.

Je parlerai en premier lieu des efforts que nous devons déployer dans le secteur de l'exportation. Il nous faudra pour cela franchir trois étapes. La première consiste à envoyer dans les régions du globe que nos attachés commerciaux nous indiqueront comme étant susceptibles d'absorber des produits canadiens qui n'y sont pas vendus ou qui pourraient l'être davantage, au moins 25 missions commerciales par an comprenant des hommes d'affaires intéressés dans la production de biens déterminés. Ces missions, composées d'hommes d'affaires, sont les seules qui soient efficaces. Les membres se mettront en rapport soit avec les grossistes distributeurs de leurs produits ou bien avec ceux qui en font usage dans les industries locales. Ils rencontreront ainsi les vendeurs ou les utilisateurs des produits qu'ils fabriquent et ils devront les convaincre—puisque c'est le seul moyen d'en obtenir des commandes—de la possibilité de réaliser de plus forts bénéfices en utilisant les produits canadiens plutôt que ceux qu'ils emploient actuellement.

Le ministre de l'Industrie et du Commerce (M. Pepin) s'est rendu un peu partout dans le monde, et prétend qu'il fait beaucoup pour augmenter nos ventes à l'étranger. Par exemple, il se rend dans un pays et s'entretient avec le ministre du Commerce, auquel il assure que le Canada veut augmenter les échanges commerciaux avec son pays; le ministre lui assure à son tour que son pays veut commercer davantage avec le nôtre. Tous deux sont très satisfaits de leur entrevue. Le ministre de l'Industrie et du Commerce participe ensuite à un grand nombre de déjeuners et de dîners au cours desquels il rencontre les principaux hommes d'affaires de la région et leur dit que nous voulons commercer davantage avec leur pays. Chacun de leurs porte-parole assure au ministre que son pays désire lui aussi commercer davantage avec le nôtre et, là encore, tout le monde repart très satisfait. Puis chacun s'en retourne chez lui et continue à commercer exactement comme avant. Et ce, parce que la grande majorité des pays ne sont pas des pays à commerce d'État. Le commerce se fait au niveau du producteur individuel, qui vend au consommateur individuel parce qu'il réussit à le persuader qu'il peut gagner plus d'argent en utilisant son produit qu'en utilisant celui des autres.

Bien que quiconque s'adonne au commerce ait pleinement conscience de cette situation, elle échappe encore à ces théoriciens à l'esprit brouillé, qui s'imaginent que les visites ministérielles du genre de celles que fait notre ministre de l'Industrie et du Commerce sont extrêmement utiles et fructueuses, alors qu'en réalité elles n'ont aucune valeur. Les statistiques le prouvent.

• (1440)

Au cours du premier mois de 1971, les échanges commerciaux du Canada avec tous les pays, sauf les États-Unis, ont accusé une baisse très importante. La seule raison pour laquelle nos exportations aux États-Unis se sont accrues, c'est que les Américains ont utilisé de plus

[L'hon. M. Hees.]

en plus de nos matières premières pour alimenter leurs usines afin de produire des marchandises et fournir des emplois à leurs concitoyens. Tout ceci crée très peu d'emplois chez nous, car il faut relativement peu de main-d'œuvre pour extraire des matières premières et les expédier sans les transformer. Le marché américain est celui dont nous voulons à tout prix moins dépendre et pourtant, c'est le seul sur lequel nos ventes ont augmenté. Sur tous les autres, nous avons subi une très forte baisse. Pourquoi? Parce que le gouvernement ne s'occupe pas de promotion commerciale d'une façon un tant soit peu efficace. Je prie donc le ministre, au nom du Ciel, d'adopter bientôt une méthode efficace.

La deuxième façon d'accroître nos ventes à l'étranger, c'est, pour le gouvernement, d'organiser des réunions entre les fonctionnaires du ministère de l'Industrie et du Commerce et les hommes d'affaires canadiens dans toutes les villes industrielles du Canada et de démontrer aux intéressés comment le ministère peut les aider à se lancer dans l'exportation et à réaliser des ventes. Une telle initiative revêt particulièrement de l'importance pour les petits hommes d'affaires qui ne voient vraiment pas comment ils peuvent vendre une bonne partie de leurs produits sur le marché des exportations.

Troisièmement, nous pouvons augmenter nos exportations en invitant des acheteurs au Canada, les importants acheteurs internationaux au nombre de 600 à 700 sur les principaux marchés mondiaux. Nous pourrions les faire venir par avion, les loger, les recevoir et leur faire voir nos produits aux foires gigantesques de Toronto, Montréal, Vancouver et Winnipeg. Nous pourrions leur montrer tout le matériel lourd que nous excellons à fabriquer. Ils pourraient visiter les usines qui les produisent. C'est de cette manière qu'il convient de montrer ce que nous avons aux commerçants étrangers et d'en recevoir les commandes. Tout en augmentant nos exportations, nous pouvons aussi, comme je l'ai dit, accroître nos ventes au pays et à l'étranger en diminuant les coûts ainsi que les prix de vente et en rendant nos produits plus concurrentiels. Comment pouvons-nous y parvenir? En recourant à trois moyens. Nous devons tout d'abord augmenter la productivité. N'oublions pas à ce sujet la déclaration du Conseil économique du Canada d'il y a quelques mois dans son dernier exposé. Pour réussir à améliorer chaque année les conditions ouvrières au Canada il faut, selon lui, que l'industrie canadienne augmente considérablement sa productivité.

On y parviendra en offrant des adoucissements fiscaux pour productivité accrue dans les établissements où l'on peut faire la preuve d'une hausse de productivité, chose possible dans toute entreprise qui le veut vraiment. Ces adoucissements fiscaux encourageraient les industriels à dépenser bien davantage au titre des installations, des machines et des nouveaux systèmes de production qui sont nécessaires pour empêcher la hausse des prix de revenir et de vente. On recouvrera plusieurs fois l'équivalent de ces adoucissements fiscaux au cours des mois et des années ultérieurs parce que les ventes augmenteront du fait que les produits seront mieux en mesure de soutenir la concurrence et qu'un plus grand nombre de gens travailleront au lieu de toucher des prestations d'assurance-chômage ou des allocations d'assistance sociale. Les recettes provenant des impôts sur les denrées augmenteraient par suite de l'accroissement des ventes. Il en serait de même des recettes provenant des impôts sur les sociétés, étant donné que des coûts moindres réduisent les frais