

[Texte]

The United States, although tied to a tariff with their ornamentation laws, is trying harder and harder to push anything that has any seam on it that cannot be proven to be absolutely necessary in that garment as ornamentation, which shoots the tariff up to 42 per cent.

Those are the types of things our negotiators have to get very tough about if they can. They have to try and get around non-tariff barriers. The only reason the United States still does it is because they did it by tradition and before, I think, the advent of GATT, and nobody has ever been able to make them give it up.

Those are the types of things we have to negotiate with these things in mind. I realize when the committees are negotiating, they may trade off apparel for agriculture; that is another problem. I guess what I am saying is we need a spokesman for the apparel industry when GATT is being negotiated and it so happens through our national association, we are now starting to get that kind of leverage.

When I talk tax incentives or any other type of incentive that way, let us say an export incentive—I cannot tie it down for you—but what it should do is encourage the good exporter; make it better for him to be in export because really, we want our good companies in export and there are lots in it. As Mr. Dash has said, there are a few too many who run in and out of the export market the way they do a revolving door and just do not deliver. So that type of thing has to be watched.

I guess what I am saying is that whatever method you use should be more by incentives to export rather than by exporting through some central company.

The Chairman: Can you tell us whether you have had any experiences with factoring houses? Are they available to help you export?

Mr. Dash: Well, really we have done all our own financing. We have looked at factoring companies to handle U.S. accounts and we find them extremely expensive. The fashion business is such that it is a very competitive business, everything counts. If we have to export wool to the United States of America, the tariff runs at approximately, with the surcharge, 40 per cent on that garment, while we can handle cotton which we can export at 8 per cent. If we try to use domestic wool and export it, we would not be competitive.

• 1630

Other governments, as you are probably aware, are subsidizing manufacturers in the form of piece goods. As a good example, polyvinyl chloride—PVC jackets—were made in the Orient. Once you went to buy the polyvinyl chloride fabric, and if you needed two yards of fabric and you had to bring it in from the Orient, the cost of the fabric landed in Canada would be \$10. When you bought a complete jacket with labour, made in the Orient, you bought the complete garment for \$5. That is what is happening. As a matter of fact, Iceland

[Traduction]

pays. Aux États-Unis, à cause de la présence d'un tarif relié aux lois sur les ornements et parures, on cherche de plus en plus à faire considérer comme ornement toute pièce de confection dont on ne peut prouver qu'elle est absolument nécessaire au vêtement; dans ce cas, le tarif grimpe à 42 p. 100.

Voilà le genre de choses sur lesquelles nos négociateurs doivent prendre une attitude aussi ferme que possible. Ils doivent s'attaquer aux barrières non tarifaires. La seule raison pour laquelle on agit encore de la sorte aux États-Unis est que c'est une tradition qui remonte avant le GATT, et que personne n'a pu les faire plier là-dessus jusqu'ici.

C'est ce qu'il faut garder à l'esprit au moment de négocier. Je comprends qu'au cours des séances des comités de négociation on puisse troquer le vêtement pour l'agriculture, mais il s'agit là d'un autre problème. Ce que je veux dire, c'est que l'industrie du vêtement a besoin d'un porte-parole aux négociations du GATT et, grâce aux interventions de notre association nationale, nous commençons à pouvoir exercer l'influence nécessaire.

Sur la question des encouragements d'ordre fiscal ou autre, disons une aide à l'exportation sans aller plus loin dans les détails, il faut qu'une mesure de ce genre serve à stimuler les bons exportateurs, à rendre plus attrayant pour eux le commerce d'exportation; en réalité, nous voulons que nos bonnes entreprises exportent et il s'en trouve déjà beaucoup qui le font. Comme l'a dit M. Dash, il y en a beaucoup trop qui entrent et sortent du commerce d'exportation un peu à la manière d'un tourniquet et qui ne respectent pas leurs engagements. Il faut donc surveiller ce genre de choses.

L'opinion que je veux émettre est que la méthode choisie doit se traduire par des mesures d'encouragement à l'exportation plutôt que viser à exporter par l'intermédiaire d'un organisme centralisé.

Le président: Pouvez-vous nous dire si vous avez eu à traiter avec les établissements de crédit qui font de l'affacturage? Sont-ils aptes à vous aider à exporter?

M. Dash: En réalité, nous avons pourvu à notre propre financement. Nous avons considéré la possibilité d'y recourir pour les comptes américains, mais cela coûte extrêmement cher. L'industrie de la mode est très concurrentielle et chaque détail est important. Ainsi, si nous devons exporter des vêtements en laine aux États-Unis, le tarif s'élève à environ 40 p. 100 en comptant la surcharge; pour les vêtements de coton, le tarif est de 8 p. 100. Si nous utilisons la laine d'origine canadienne pour les produits d'exportation, nous ne sommes alors plus concurrentiels.

Vous êtes sans doute au courant que les autres gouvernements subventionnent leurs manufacturiers par le biais des produits finis. A titre d'exemple, les vestes faites à partir de chlorure de polyvinyle étaient confectionnées en Orient. Vous alliez pour acheter le tissu fait à partir de ce produit et il vous en coûtait \$10 pour importer de là-bas les deux verges de tissu nécessaires pour confectionner une veste. Or, la même veste confectionnée en Orient ne vous coûtait que \$5, main-d'œuvre comprise. C'est ce qui se produit. A l'heure actuelle, l'Islande