

M. BOULANGER: La dernière question, une question additionnelle. Alors, disons que toutes les compagnies qui font de la publicité, ces grossistes, ces manufacturiers, s'il y avait une recommandation, si on leur suggérait un budget, disons, de 10 millions de publicité réparti dans 4 ou 5 différentes compagnies, ou différents produits, et qu'on leur demandait dans cette publicité-là des explications additionnelles sur le produit qu'elles offrent, des explications plus justes, plus précises, est-ce qu'on pourrait arriver à faire comprendre à ces compagnies que, dans le même budget, elles pourraient renseigner de façon plus réaliste qu'elles ne le font dans le moment?

M. THÜR: C'est difficile à faire, disons fondamentalement, plus de publicité, de présenter le produit, disons que tout cela a donné lieu à un style publicitaire, et la ménagère s'amuse à lire la publicité, parce que ça donne l'impression que vous avez toutes les merveilles du monde absolument pour rien. C'est ça qui est merveilleux dans le langage. Alors, je crois, disons que, si vous voulez, une sorte de publicité qui renseigne sur le produit, il ne faut pas la demander ni à l'entreprise de la faire, ni à l'entreprise de publicité.

M. BOULANGER: Cela veut dire, en somme, que, si on admet le manque d'information publique pour le consommateur, et qu'il faut dire à madame pourquoi acheter du bœuf rouge au lieu du bœuf bleu pour 3 ou 4 cents de différence.

M. THÜR: C'est difficile, parce qu'il faut qu'un producteur commence à dire que c'est ça la liste des avantages de mon produit; voilà les trois défauts principaux; c'est véritable.

M. BOULANGER: J'en aurais plusieurs autres, mais je vais laisser ma place à un autre.

(Traduction)

Le coprésident sénateur CROLL: Monsieur O'Keefe.

M. O'KEEFE: Professeur, diriez-vous que certaines politiques fiscales, la restriction des crédits, par exemple, ont des effets inégaux et souvent injustes dans différentes parties du Canada? Diriez-vous qu'une dose d'huile de ricin ne donne pas toujours les mêmes résultats dans chacune des dix provinces?

M. THÜR: Toutes nos politiques monétaires sont pour une large part, dans le sens économique, selon une tradition libérale. Depuis le commencement, notre problème résidait dans le fait que nous ne faisons pas de distinctions entre les entreprises. La seule chose à faire est d'avoir un moyen général d'intervenir, et il semble que ce moyen soit l'argent. Nous supposons toujours que c'est peut-être le moyen le plus neutre d'intervention. Aujourd'hui, nous sommes bien convaincus qu'il n'en n'est pas nécessairement ainsi. Il y a peut-être des effets injustes à l'endroit de certains types d'entreprises pour des raisons particulières. Cela pourrait être très vrai. Il est possible de changer cela, il faudrait un effort très long. D'abord, il est difficile de faire ou de réaliser un projet conçu par M. Kierans sur ce problème... la généralisation de la politique bancaire au Canada. Je ne sais pas si c'est possible. Ce serait possible, peut-être, un jour, mais il y a des changements à faire dans le système bancaire. Il est tout simplement impossible à une banque qui a une charte fédérale d'établir une distinction régionale, et il est beaucoup plus difficile à des entreprises dans des secteurs différents parce que cette politique signifierait que vous accordez des champs de crédit à différentes entreprises ou à des secteurs différents, et cela devrait être fait par la Banque du Canada. Ce serait une procédure très longue aujourd'hui et non pas nécessairement la meilleure.

M. O'KEEFE: Nous avons beaucoup entendu parler de la taxe de vente de onze pour cent et de ses effets sur le budget des groupes à bas revenus. Déplaceriez-vous cette taxe des marchandises aux services, ou la politique actuelle est-elle plus équitable?