

Notre ministère des Affaires extérieures compte deux directions différentes. Une à caractère politique dirigée par le secrétaire d'État aux Affaires extérieures (M. Sharp). Il y a aussi une Direction commerciale. Le chef d'une mission est toujours recruté du côté politique et jamais du côté commercial. De ce fait, les jeunes hommes ambitieux et acharnés se détournent tout naturellement du commerce pour s'intéresser à la politique, parce que nous n'avons pas mis l'accent sur les échanges commerciaux. Le gouvernement japonais estime que c'est l'attaché commercial qui est important dans un pays. Des groupes d'exportateurs se réunissent périodiquement en vue de déterminer des prix et d'élaborer des programmes susceptibles d'écraser la concurrence étrangère. Au Japon, dès lors que deux ou trois concurrents sont en lice en vue d'un contrat, on procède à un fusionnement, alors qu'on peut très bien voir six concurrents canadiens, 12 concurrents américains et quatre français rivaliser les uns avec les autres en vue de l'obtention du même contrat. Au Japon, il existe un cartel des ventes, créé soit sur l'initiative du gouvernement, soit à la suite d'un accord.

• (4.20 p.m.)

Il y a un programme d'aide à l'étranger important et dont le volume croît sans cesse. C'est un instrument supplémentaire de promotion des exportations et il repose sur des crédits à long terme et des investissements directs. Les Japonais ont ce qu'ils appellent des «Soogoo Shoosha», qui sont des sociétés générales de commerce. Ces sociétés se voient remettre des fonds avec lesquels elles peuvent opérer les transactions de leur choix. Une fois les marchandises vendues, le gouvernement veille à ce que l'argent soit versé aux fabricants qui peuvent, à leur tour, distribuer des commissions généreuses. Cela permet ensuite aux sociétés de commerce de procéder à des achats et à des ventes.

En d'autres termes, il y a au Japon des vendeurs payés par le gouvernement. Ici, il nous faut chercher des agents de fabricants qui doivent faire les frais de voyages à l'étranger pour tenter d'établir des contacts. Cela coûte très cher. Les entreprises canadiennes ont déjà fort à faire pour joindre les deux bouts au Canada. Elles n'ont ni les moyens ni le désir de se rendre à l'étranger.

M. Saltsman: Monsieur l'Orateur, le député permettrait-il qu'on lui pose une question maintenant, ou lorsqu'il aura terminé son discours?

M. Otto: Après mon discours.

M. l'Orateur suppléant: A l'ordre. Le député de Waterloo n'est pas à sa place. Il devra s'y rendre s'il veut parler.

M. Saltsman: Monsieur l'Orateur, je demandais seulement au député...

M. l'Orateur suppléant: A l'ordre, s'il vous plaît. Le député doit regagner sa place et je lui donnerai alors la parole.

M. Otto: Je répondrai plus tard aux questions du député. Il pourra me les poser à la fin de mon allocution.

[M. Otto.]

Le Japon possède aussi quelque chose que nous n'avons pas ici au Canada. Il a un organisme de recherche à l'exportation qui coordonne la recherche des marchés, des produits, des capitaux et des exportations et en communique les résultats à la société intéressée. Nous avons reçu récemment un rapport de l'autre endroit sur la situation de notre recherche en tous genres, scientifique et autre. Nous n'avons absolument aucun sens de l'application de la recherche. Nous avons dépensé des millions de dollars à des recherches qui ne débouchent sur rien. Nous comptons sur les fabricants pour aller à l'étranger faire des recherches sur des produits. Ils doivent faire toute cette dépense sans savoir si, en fin de compte, le produit se vendra. On nous dit de nous renseigner auprès de notre ministère de l'Industrie et du Commerce. J'y suis allé et on m'a lancé joyeusement à la recherche d'un produit dans toute la Colombie et le Venezuela qui ne le vendaient ni l'un ni l'autre. La leçon a coûté \$46,000 à ma société.

La simple vérité est que nous n'avons pas au Canada l'organisme approprié de recherche, ni un véritable organisme de recherche appartenant à la Couronne, cumulant la recherche sur les marchés, la recherche sur les produits et d'autres domaines de recherche. Je le répète depuis sept ans, mais le résultat demeure le même. Nous avons des services secondaires de recherche dans chaque ministère, ce qui veut dire le plus souvent qu'on confie les recherches à un fonctionnaire qui n'a pas grand chose à faire.

Le Japon verse des avances annuelles aux compagnies pour des programmes de recherche. En 1953, le Japon a mis en œuvre un programme de vente de caméras japonaises. Ces sociétés contrôlent maintenant 60 p. 100 du marché des appareils chers et bon marché. Le Japon a aussi mis en œuvre des programmes concernant la malleterie et les produits en acier inoxydable, à la suite de recherches effectuées par des sociétés subventionnées par le gouvernement. Les résultats de ces recherches ont été mis à la disposition des producteurs. Les Japonais ont compris qu'en fabriquant des articles de malleterie d'une certaine qualité et d'un certain prix, le marché canadien leur serait accessible. On leur a dit que celui-ci accepterait des produits d'un certain genre. En conséquence, ils ont concentré leurs efforts dans ce domaine.

J'ai esquissé très brièvement la campagne commerciale à laquelle se livre le Japon dans le domaine de l'exportation. C'est le type d'initiative qu'il nous faut concurrencer. Le Japon a aussi imaginé un autre stratagème dans le commerce d'exportation. Ce pays manque de combustible, charbon et pétrole et nous en achète, mais c'est une circulation à deux sens. Il pourrait s'engager à acheter pour 10 millions ou même un milliard de dollars de charbon, mais exiger qu'en retour le Canada achète des appareils et des lampes de radio et de télévision fabriqués au Japon. Si le gouvernement canadien lui faisait savoir qu'il ne voulait pas de ces importations et imposait des tarifs élevés, le Japon cesserait d'importer notre charbon et nous entendrions les doléances des provinces de l'Ouest.

Considérons maintenant l'Allemagne de l'Ouest qui constitue une autre menace à nos marchés d'exportation. Cette augmentation colossale des exportations de l'Allemagne de l'Ouest a débuté il y a environ 20 ans.