

rendre les Canadiens heureux et satisfaits, il faut chercher à consommer davantage plutôt que d'exporter davantage.

• (4.10 p.m.)

[Traduction]

M. Steven Otto (York-Est): Monsieur l'Orateur, si le secrétaire parlementaire voulait bien cesser d'écrire un instant, il m'entendrait le féliciter de la façon dont il a présenté ce bill. J'ai toujours préconisé que les secrétaires jouent un rôle plus important à la Chambre particulièrement pour la présentation des bills. Dans le cas présent, n'ayant pas les mêmes appréhensions que le ministre, le secrétaire parlementaire a présenté le bill d'une façon beaucoup plus heureuse que n'aurait pu le faire le ministre.

Il faut remonter à l'époque du roi Canut, qui aurait ordonné aux vagues de l'océan de s'arrêter et à la marée de se retirer, pour le comparer au premier ministre (M. Trudeau) qui, à l'issue d'une conférence ministérielle, se rend devant les caméras pour déclarer que l'inflation prendra fin, ce qui fut le cas, et établir ainsi un parallèle avec ce bill dont l'objectif est de résoudre nos difficultés à venir en matière d'importations et d'exportations. Avec tout le respect que je dois au secrétaire parlementaire, je lui dirai qu'il s'agit d'un petit bill bien attendrissant. Du fait de ce que je vais dire et compte tenu des problèmes immenses qui se poseront au Canada au cours des années 70, je laisse à la Chambre le soin de décider de l'influence qu'exercera ce bill et dans quelle mesure il protégera les exportations canadiennes.

Les dangers qui menacent notre commerce sont graves et maintenant connus de tous. Le Japon s'est lancé dans ce qu'on pourrait presque appeler une guerre sainte et a enlevé la victoire. Je vais maintenant vous décrire certaines mesures législatives adoptées au Japon en matière d'exportations ainsi que la guerre éclair qu'il a menée à l'exportation, guerre dont il est sorti vainqueur.

L'Allemagne constitue une deuxième menace et est bien implantée sur l'échiquier international. Puis viennent les États-Unis qui ont adopté une position défensive. Au milieu de ces trois pays, le Canada se trouvera placé dans une position extrêmement difficile et je laisse à nouveau le soin à la Chambre de décider si ce bill résoudra efficacement nos difficultés.

Ce n'est un secret pour personne que le Japon contrôle, depuis 25 ans, environ 40 p. 100 des exportations mondiales. Ce n'est pas là un effet du hasard, monsieur l'Orateur, mais d'un plan conçu de la façon que voici. Tout d'abord, l'offensive s'est faite sous la direction personnelle du premier ministre Sato, qui a le portefeuille du commerce d'exportation. Il dirige le Conseil suprême du commerce extérieur, où les chefs des entreprises commerciales et du gouvernement découpent tout doucement le marché mondial et établissent tous les ans des objectifs pour l'exportation de tous les produits importants dans tous les pays du monde.

J'ai appris à connaître les méthodes des exportateurs japonais et les députés, j'en suis sûr, seront surpris d'apprendre qu'en vertu du système pyramidal très serré de l'économie japonaise, on octroie aux compagnies un privilège à peu près exclusif pour l'exportation de leurs produits dans les différentes parties du monde. Leurs exportations sont censées augmenter dans une proportion

donnée, chaque année, sinon ces compagnies perdent leurs privilèges. Quant à nous, nous veillons avec soin sur notre situation concurrentielle. Nous nous rendons parfaitement compte de la présence de monopoles et de cartels. On s'imagine qu'au Japon, les monopoles sont subventionnés en vue des marchés d'exportation seulement, mais il n'en est rien. L'empire industriel nippon favorise les cartels, la concentration horizontale et les entreprises quasi monopolistiques, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays.

Étant donné l'attention et les efforts concertés du gouvernement japonais sous la direction du premier ministre du pays, dans le domaine des exportations, je n'ai pas besoin d'insister davantage sur l'importance que le Japon accorde aux exportations. Pour les accroître, le gouvernement favorise le travail des compagnies par toutes sortes de moyens. Il offre notamment du crédit à des taux préférentiels.

On offre aussi du crédit au Canada. Au député de Regina-Est (M. Burton), qui demandait pour quels pays on avait approuvé des crédits, le secrétaire parlementaire a dû répondre qu'il n'y en avait aucun. Quand on présente des demandes de crédit, on s'attend naturellement à ce que les acheteurs de nos produits soient considérés comme les meilleurs risques possibles. Pourtant nos banquiers hochent la tête en disant: «Rien ne nous dit que telle ou telle compagnie en Argentine est aussi sûre qu'on le pense; montrez-nous un état financier, une garantie ou une caution quelconque de sa part.» Avec de telles exigences, les perspectives d'exportations sont minces.

Nous exportons vers les pays avec lesquels nous avons établi des relations commerciales, comme les États-Unis, le Royaume-Uni et certains pays d'Europe. Il n'y a pas la moindre chance d'élargir et d'encourager le commerce dans d'autres pays. D'autre part, les Japonais achètent en réalité des effets escomptables à la valeur au pair du dollar, et le gouvernement assume le risque du non-paiement. C'est ce que signifie en réalité leurs règlements et leurs coalitions. Nos hommes d'affaires doivent s'adresser à la banque pour emprunter de l'argent pour exporter et ils doivent satisfaire à certaines exigences pour obtenir le prêt. Pour que le prêt soit assuré, ils doivent convaincre le gouvernement que l'acheteur est un bon risque. Toutefois, ils ont été alors devancés par les Japonais et les Allemands qui ne s'intéressent pas à l'acheteur pourvu que les marchandises soient livrées. Alors le fabricant obtient son argent comptant immédiatement, le risque étant assumé par le gouvernement. A mon avis, le bill est un piètre calque de leur législation.

En plus, on offre des stimulants fiscaux. On assure même les campagnes de publicité à l'étranger contre le risque qu'elles n'atteignent pas les objectifs de vente projetés. Autrement dit, le gouvernement du Japon non seulement parraine les compagnies et leur fournit de l'argent pour fabriquer les produits, mais encore il paie une bonne part de toute campagne de publicité et assume au besoin les pertes. Si une certaine compagnie ne réussit pas très bien dans un autre pays, la perte est comblée par le gouvernement et non pas par la compagnie.

Qu'on compare cette situation avec celle qui règne au Canada, alors que nous disons à nos petits commerçants: «Pourquoi n'exportez-vous pas en Colombie ou en Argentine? Nous allons vous fournir tous les services de notre ministère du Commerce.»