

Air Canada

Le premier ministre avait dit qu'il ne toucherait pas aux programmes de sécurité sociale, mais il a essayé de désindexer la Sécurité de la vieillesse. Nous avons alors vu des personnes âgées à la porte du Parlement, venues demander des comptes au premier ministre et l'accusant de choses que je ne pourrais mentionner ici, sous peine de me voir accuser de langage anti-parlementaire. Nous avons vu le gouvernement imposer la désindexation des allocations familiales à une époque où sévit une pauvreté sans précédent chez les enfants.

Air Canada n'est qu'un exemple de plus d'abus de confiance. En 1983, lorsque le premier ministre était candidat à la direction du parti conservateur, il disait que les Canadiens avaient nettement rejeté le libre-échange en 1911 et qu'ils le rejeteraient à nouveau en 1983. Il affirmait que le libre-échange ne faisait pas partie de ses projets. Pendant la campagne électorale de 1984, il n'en a pas parlé, on peut donc supposer qu'il était contre. Puis, tout à coup, en 1985, il commence à négocier avec les États-Unis et nous avons tout un processus . . .

Mme Mailly: Règlement, monsieur le Président. De quel projet de loi le député parle-t-il? Je pensais que c'était d'Air Canada. Il semble parler de tout sauf de cela.

Le président suppléant (M. Ellis): Nous cherchons toujours à nous en tenir au sujet, mais dans un cas comme celui-ci, il ne reste plus que sept ou huit minutes au député et je pense que nous pouvons accepter ce qu'il a envie de dire.

M. Manly: Ce que je dis se rapporte au sujet, puisque nous parlons de l'abus de confiance de la part du gouvernement, dont Air Canada n'est qu'un exemple. Les Canadiens savent bien que ce n'est pas un cas isolé. Il n'a pas tenu parole à propos du libre-échange, de la distribution des films, de l'équité en matière fiscale, des garderies. On peut prendre un sujet après l'autre, le premier ministre et le gouvernement n'ont pas tenu parole. Les Canadiens ne peuvent faire confiance au premier ministre, car il dirige un gouvernement indigne de confiance. C'est ce que je voulais dire et je suis heureux que le député comprenne enfin.

Le président suppléant (M. Ellis): Si le député poursuit ses remarques dans le même esprit, il pourrait mettre la patience du président à l'épreuve.

M. Manly: Monsieur le Président, ce n'est pas mon intention. Je pense avoir réussi à faire passer le message.

Je veux demander pourquoi le gouvernement poursuit ce programme de privatisation, non seulement d'Air Canada mais aussi d'autres sociétés d'État. L'approche adoptée n'est pas pragmatique. Nous ne nous occupons pas du fait que certaines sociétés d'État n'ont peut-être plus leur raison d'être ou qu'il est temps que le gouvernement se débarrasse de cette responsabilité. Dans le cas de la Commission d'énergie du Nord canadien par exemple, le gouvernement fédéral avait raison d'abdiquer ses responsabilités à l'égard de cette société d'État. Toutefois, il ne s'agit pas ici d'une décision pragmatique, mais plutôt idéologique, d'une liquidation en gros de ressources accumulées par le peuple canadien depuis de nombreuses années. C'est la mentalité du commerçant qui offre des rabais intéressants pour écouler sa marchandise.

Je suis originaire de Colombie-Britannique où le premier ministre, Bill Vander Zalm, est une âme soeur de son homologue canadien. Il veut tout privatiser, de l'entretien des routes à

nos hôpitaux. Le premier ministre canadien est aussi l'âme soeur de Margaret Thatcher de la Grande-Bretagne et même d'Augusto Pinochet du Chili, qui veut privatiser la société aérienne nationale de ce pays. C'est ce que nous faisons ici au Canada.

En juillet dernier, l'Institut Fraser, cette fameuse bande de penseurs de droite, en Colombie-Britannique, si tant est que le terme «penseur» s'applique à des gens qui ne font que maquiller leurs préjugés de droite, a tenu une conférence sur la privatisation afin d'établir sa stratégie dans ce domaine. Il a exprimé l'avis que, au moment de mettre en vente une société d'État, il valait mieux que les actions aillent en grand nombre à des investisseurs non traditionnels. Cela a pour avantage, entre autres, de rendre la privatisation plus populaire sur le plan politique. Cela rendra aussi la tâche plus difficile à un gouvernement qui voudrait nationaliser à nouveau la société. Voilà justement ce qui s'est produit en Colombie-Britannique lors de la vente de BCRIC. On devra renoncer à jamais à ces ressources, comme le sait fort bien le député de Surrey—White Rock—Delta-Nord (M. Friesen). J'ignore combien il possède d'actions de BCRIC . . .

M. Friesen: Cinq.

M. Manly: . . . mais leur valeur s'est effondrée. J'en avais cinq, moi aussi, mais je les ai données.

M. Friesen: Vous avez donné 75c.

M. Manly: En effet. La deuxième règle stratégique de *Fraser Institute* consiste à sous-évaluer les actions afin que les prix grimpent immédiatement et que les investisseurs réalisent rapidement un bénéfice. Comme un grand nombre de personnes se partageront l'assiette au beurre, les conséquences sociales néfastes passeront inaperçues. La troisième règle consiste à vendre en premier lieu des entreprises rentables. On crée ainsi une impression de réussite. Quatrièmement, il faut identifier les adversaires éventuels de la privatisation pour mieux acheter leur silence. Il s'agit de passer outre aux dirigeants syndicaux et de faire directement aux travailleurs une offre alléchante. Voilà bien ce qui se passe dans le cas d'Air Canada.

L'Institut recommande aussi de prévoir les objections politiques éventuelles pour mieux les désamorcer. Il conseille d'établir une réglementation, le cas échéant, d'inscrire dans la loi des restrictions, de fixer un rôle futur aux syndicats, de garantir la qualité des services et ainsi de suite. Peu importe si ces dispositions mordent ou non; l'important, c'est l'avantage politique que leur existence même procure au gouvernement qui décide de privatiser. On reconnaît précisément cette tactique dans la vente à l'étude.

L'Institut Fraser recommande d'utiliser les techniques de la vente au détail pour vendre les idées et les actions des entreprises. Le gouvernement fait merveille lorsqu'il s'agit d'embaucher des gens qui font la publicité de tous ses faits et gestes pour les rendre plus palpables aux yeux de la population. Ces gens lui conseillent de dire qu'il n'y aura pas de mises à pied, de ne pas en parler. Il faut privatiser d'abord, et on pourra prendre les mesures habituelles ensuite. Bref, il faut savoir orchestrer les informations destinées aux médias.