

● (2.50 p.m.)

La première chose que nous avons faite, ce fut de rappeler au Canada nos 150 délégués commerciaux qui se trouvaient dans 50 bureaux à l'étranger, pour qu'ils racontent nos hommes d'affaires et les persuadent que leurs produits trouveraient des débouchés à l'étranger. Quelque 1,350 hommes d'affaires canadiens sont venus à Ottawa à cette époque et ont conféré avec nos délégués commerciaux pendant une semaine. Il y a eu plus de 10,000 entrevues individuelles d'une demi-heure entre nos délégués et les hommes d'affaires. Résultat de ces entretiens: un grand nombre de ces hommes d'affaires venus à Ottawa ont acquis la conviction qu'il y avait des débouchés pour leurs produits à l'étranger. Ils se sont rendus à l'étranger à titre particulier ou comme membres des missions commerciales largement accrues que nous avons commencé d'envoyer dans les autres pays. Ils ont constaté qu'ils pouvaient réaliser des ventes, sinon qu'ils pouvaient se renseigner auprès des acheteurs étrangers, dans les pays où ils se rendaient, sur ce qu'il fallait faire pour que leurs produits trouvent preneurs. Ils sont rentrés au pays, se sont entretenus avec leurs directeurs d'usines et ont mis au point leurs produits et effectué les rajustements de prix. On leur a passé des commandes très importantes par la suite.

Nous avons demandé ensuite à nos délégués commerciaux, à leur retour, de faire un relevé des marchés dont ils s'occupent afin de nous dire quels produits alors fabriqués au Canada pourraient être écoulés sur ces marchés, à la condition que les initiatives nécessaires soient prises pour en fournir la vente. Par la suite, nous avons reçu une liste étonnante de plus de 2,500 produits canadiens qui n'étaient pas vendus à l'étranger, mais qui, d'après nos délégués commerciaux, s'écouleraient très facilement, si les efforts voulus étaient faits. Cette liste a été distribuée à toutes les compagnies canadiennes et a été très utile aux chefs d'entreprise dans l'élaboration de leurs campagnes d'exportation. Ce n'était pas une liste générale, mais une liste spécifique donnant, à l'égard de chaque produit, le nom et l'adresse du délégué commercial intéressé, afin que le fabricant puisse communiquer immédiatement avec ce délégué pour obtenir des renseignements sur les mesures à prendre pour vendre son produit sur le marché en question.

En juin de cette année-là, notre gouvernement a commencé à abaisser de façon méthodique la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain, afin que nos produits puissent soutenir la concurrence sur le marché d'exportation et que les produits étrangers livrent une concurrence moins vive sur le marché canadien.

Cette initiative a été prise afin de permettre à nos producteurs-exportateurs de vendre plus facilement leurs produits à l'étranger, et aux producteurs qui alimentent le marché intérieur, de soutenir plus facilement la concurrence étrangère ici, au Canada. Cette mesure constituait pour l'ensemble des producteurs canadiens un avantage immense. Comme vous le savez, monsieur l'Orateur, en mai 1962, le dollar était enfin stabilisé à 92½c. É.U. Cette déévaluation, voulue par le gouvernement canadien, rendait nos produits, à raison de 10 p. 100, plus compétitifs sur les marchés étrangers qu'ils ne l'avaient été antérieurement à cette étude.

En outre, les prix des produits étrangers, de façon générale, et surtout les prix des produits européens ont, depuis quelques années, augmenté de façon fantastique, de sorte que nos produits peuvent, aujourd'hui, soutenir la concurrence étrangère sur les marchés mondiaux avec 20 ou 25 p. 100 plus de chances qu'ils n'auraient pu le faire avant de début de 1961, alors que cette première étude était entreprise. Je suis convaincu que si le ministère du Commerce entreprenait aujourd'hui une nouvelle étude des marchés, nous pourrions constater qu'au lieu de notre liste originale qui renfermait 2,500 produits non vendus à l'étranger, cette nouvelle liste en renfermerait plusieurs fois ce nombre. Je recommande fortement au ministre, pour le bien de l'économie canadienne, de prendre les mesures nécessaires pour que soit effectuée, dès maintenant, une nouvelle étude.

Et voici la troisième mesure que nous avons prise. Comme nous nous étions rendu compte que bon nombre d'hommes d'affaires canadiens n'avaient pu assister à notre première conférence à Ottawa, nous avons décidé de leur faciliter la chose en tenant des conférences dans la capitale de chacune des dix provinces, y compris trois conférences en Ontario, en raison des demandes considérables des fabricants et marchands de cette province. Plus de 5,000 hommes d'affaires ont assisté à ces conférences, pour la plupart des chefs de petites entreprises, qui ne s'étaient jamais imaginé jusque-là qu'une demande pût exister pour leurs produits sur les marchés d'exportation. Tout comme dans le cas de ceux qui avaient assisté à la première conférence à Ottawa, bon nombre d'entre eux ont vite compris que leurs produits pourraient figurer sur les marchés d'exportation pourvu qu'on leur accorde l'aide voulue, et cette aide, nous la leur avons offerte par l'entremise des fonctionnaires du ministère du Commerce.

Ils se mirent à faire des voyages outre-mer, tant à titre personnel, qu'à titre de membres des délégations commerciales que