

américain réalise des ventes à un pays tiers et confie le nouveau marché en sous-traitance à l'usine canadienne. Le Comité estime qu'il serait utile d'obtenir plus de renseignements sur les coûts et les avantages des accords de contrepartie.

L'insistance mise sur le contenu canadien dans les marchés de contrepartie a également eu des répercussions douteuses sur la vigueur de l'industrie canadienne de défense. Quand la production est constamment effectuée sous licence, même dans le cas des pièces très perfectionnées, l'industrie peut rarement, sinon jamais, devenir assez dynamique pour se tailler une place sur les marchés américains ou étrangers, car elle dépend malheureusement trop des techniques importées. Généralement, une fois le contrat exécuté, presque tous les emplois qui avaient été créés disparaissent. De plus, ce système ne comporte aucun mécanisme capable de stimuler la recherche créatrice. Si l'on en juge d'après la situation actuelle, l'avenir de cette industrie n'est pas très prometteur. Même si l'Accord devait initialement lui permettre de sauvegarder la viabilité de son industrie de fabrication du matériel militaire, le Canada ne serait peut-être déjà plus en mesure de construire et de fabriquer pratiquement aucun système d'arme, ayant perdu en même temps d'autres capacités innovatrices importantes.

L'entente conclue avec la société Lockheed pour l'achat d'avions patrouilleurs maritimes à grande autonomie de vol comportait une nouvelle formule de marché de contrepartie très intéressante. Après s'être traditionnellement engagée à fabriquer au Canada les empennages de queue et certaines autres pièces du 150 P3C (version américaine de l'avion patrouilleur maritime à grande autonomie de vol), la société Lockheed s'est légalement astreinte à garantir, pendant les dix premières années du contrat, la vente de \$400 millions de produits canadiens, dont au moins 66% doivent provenir de l'industrie aérospatiale. La nouveauté consiste en ce que le tiers des ventes peut porter sur n'importe quel produit manufacturé: seuls les matières premières, les produits alimentaires et les pièces et accessoires d'automobile en sont exclus. On a voulu ainsi profiter de l'énorme pouvoir d'achat de Lockheed (\$35 millions effectués annuellement par l'entremise d'un seul service central d'achats) et de celui des quelque trente principaux sous-traitants, dont quelques-uns sont plus importants que Lockheed elle-même. Seuls les nouvelles commandes et les suppléments de commande sont admissibles. De plus, l'importateur américain doit payer des droits de douane si l'article est imposé. Si les pièces américaines sont assemblées au Canada, seule la valeur ajoutée canadienne est assujettie au droit de douane.

La société Lockheed a fait un gros effort en vue de promouvoir la vente des produits canadiens à ses propres filiales et à ses principaux sous-traitants. Dans le secteur ordinaire de l'aéronautique, elle n'éprouve aucune difficulté; bien mieux, elle excède ses obligations. En effet, 90% de ses achats antérieurs à 1978 ont été effectués dans le domaine de l'aéronautique. Toutefois, Lockheed arrive plus difficilement à stimuler la vente de l'autre tiers des produits manufacturés. Le problème semble provenir partiellement de ce que les fabricants canadiens hésitent à s'engager dans une forme de commerce qu'ils ne connaissent pas et qui risque de ne pas se reproduire. Bien que les vendeurs de Lockheed aient visité quelque 500 sociétés, seules 10% d'entre elles avaient marqué de l'intérêt pour ce genre de marché au début de 1978.