

ORDRES INSCRITS AU NOM DU GOUVERNEMENT

[Traduction]

LE BUDGET

L'EXPOSÉ FINANCIER DU MINISTRE DES FINANCES

La Chambre reprend l'étude, interrompue le lundi 16 novembre, de la motion de M. MacEachen: Que la Chambre approuve la politique budgétaire du gouvernement, ainsi que de l'amendement de M. Wilson (p. 12752).

L'hon. George Hees (Northumberland): Madame le Président, le budget que le ministre des Finances (M. MacEachen) a présenté aux Canadiens la semaine dernière se distingue surtout par ses omissions. A mon avis, si le budget est faible, c'est surtout parce qu'il ne fait rien pour stimuler l'économie et abaisser le coût de la vie. Le ministre lui-même a reconnu que le chômage et le coût de la vie vont demeurer à leur niveau actuel et qu'ils pourraient bien augmenter au cours des prochaines années. Faute de stimuler l'économie, le budget n'arrivera pas à tirer le Canada de la grave récession où il s'enlise et qui risque de s'aggraver encore au cours des mois d'hiver. Il faut absolument et sans tarder stimuler l'économie.

● (1550)

Suite aux efforts entrepris depuis cinq ans pour stimuler l'économie, on a constaté que si un gouvernement voulait amener les entreprises à faire quelque chose qui lui paraisse essentiel pour le bien du pays, il ne doit pas se contenter de leur offrir un dégrèvement en espérant qu'elles l'utiliseront de la façon souhaitée par le gouvernement; non, un gouvernement doit préciser à ces entreprises ce qu'il veut qu'elles accomplissent et promettre qu'il les récompensera de leurs efforts dans la mesure où ils auront été réels.

Dans ce cas, que demandons-nous à nos entreprises pour que notre économie puisse progresser? D'abord, il faut que nos produits soient moins chers, d'une meilleure qualité et conception, si bien que les Canadiens et les acheteurs étrangers les préféreront à ceux qu'ils achètent présentement. Ce n'est pas un Canadien ni personne d'autre qui se décidera à acheter un de nos produits s'il peut trouver un produit étranger de qualité égale et à un prix inférieur, ou encore au même prix mais d'une qualité supérieure.

En second lieu, nous devons nous efforcer d'offrir nos produits d'une façon plus convaincante sur les marchés d'exportation.

En troisième lieu, nous devons transformer davantage en produits fabriqués nos matières premières ici même au Canada.

Je suis convaincu que la seule façon d'atteindre ces trois objectifs est de mettre au point un ensemble de stimulants qui incitera les entreprises à accroître leur productivité, à faire de la recherche et du développement, à accroître leurs échanges extérieurs et à transformer davantage nos matières premières.

Pour accroître la productivité il faut persuader les industriels qu'ils pourront récupérer dans un délai raisonnable l'argent qu'ils auront investi dans une usine, de la machinerie et des systèmes de production. Ce serait une façon très efficace de les aider à investir les sommes élevées que cela exige en général.

J'ai à l'esprit quelques types de stimulants dont voici des exemples: (a) toutes les dépenses de capital seraient amorties

Le budget—M. Hees

sur une année; (b) on pourrait offrir à un établissement une prime en espèces à la fin de l'année s'il a réussi à accroître sa productivité par comparaison à une année donnée, soit la dernière année avant que le programme entre en vigueur.

Pareil stimulant a réussi à accroître la productivité au Japon et en Allemagne de l'Ouest par exemple, où l'on a vu des résultats remarquables depuis la Seconde Guerre mondiale. Je suis persuadé que la mesure connaîtrait aujourd'hui autant de succès au Canada.

Passons à présent aux initiatives qui s'imposent à mon avis pour accroître les activités de recherche et de développement de nos industries. Si nous avons dû jusqu'ici compter autant sur l'investissement étranger, cela s'explique entre autres par le fait que cet investissement nous parvenait toujours accompagné de techniques mises au point grâce à la recherche effectuée dans le pays d'où venaient les capitaux. Pour s'affranchir de l'investissement étranger, pour s'attaquer à de nouveaux marchés qui demandent des produits de conception nouvelle et meilleure, et enfin pour diminuer les coûts et améliorer notre compétitivité, il va de soi que nous aurons à accroître nos activités de recherche et de développement.

Pour ce faire, nous devrions permettre aux entreprises de déduire 200 p. 100 du coût des dépenses ordinaires et d'investissement effectuées pour la recherche et le développement à partir du moment où elles dépassent celles effectuées au cours de l'année de référence, c'est-à-dire la dernière année complète antérieure à l'entrée en vigueur du programme. En plus de la déduction du plein coût en un an, cette disposition permettrait à l'entreprise concernée d'empocher des bénéfices considérables.

Le programme a réussi à accroître de façon tangible la recherche industrielle dans les pays où il a été appliqué. Il aurait le même succès au Canada, j'en suis persuadé.

Le troisième stimulant dont je veux traiter vise à favoriser les exportations. Compte tenu de notre grande dépendance envers le marché américain qui absorbe 70 p. 100 de nos exportations, et de la tendance de nos voisins du Sud au protectionnisme, la découverte de nouveaux marchés se révèle nécessaire si nous voulons accroître nos exportations ou même les maintenir à leur niveau actuel.

Pour arriver à vendre à l'étranger, il faut procéder par quatre étapes: tout d'abord, aller dans le pays contacter les acheteurs éventuels; ensuite, apprendre ce qu'il faut faire pour soutenir la concurrence sur ces marchés; troisièmement, revendre au Canada et produire un article qui puisse soutenir cette concurrence; et quatrièmement, savoir présenter ce produit aux acheteurs éventuels.

L'incitation que je propose permettrait aux producteurs d'amortir à 200 p. 100 toutes les dépenses afférentes aux déplacements commerciaux à l'étranger, à l'exposition de leurs produits dans les foires commerciales étrangères ainsi qu'à la promotion de ces produits à l'étranger pour la fraction qui dépassera les dépenses sur l'exercice où elles sont effectuées, mais offrirait à l'entreprise une importante prime pour son effort promotionnel supplémentaire. Cette incitation encouragerait grandement le type d'activité indispensable à l'accroissement des ventes.