

avis, que la question mérite d'être étudiée par le comité.

La politique n'a rien à voir avec l'étude de cette question; il s'agit simplement de déterminer si cette interdiction rendra les électeurs plus avertis et plus judicieux dans leur choix. Cela peut renforcer le rôle de la démocratie. Ceux qui en sont convaincus devraient appuyer cette mesure, en revanche ceux qui considèrent ces sondages comme des manœuvres politiques devraient la rejeter.

Je le répète, tous les partis politiques en Ontario ont recouru à ce procédé. S'il n'y a pas ce printemps-ci, des élections en Ontario, c'est à cause, en partie, de la publication de ces votes d'essai. Celle-ci a pu influencer la décision de ne pas convoquer d'élections, peu importe le mérite de cette décision. Ce n'est pas juste de publier quelques jours avant une élection les résultats d'un sondage si ceux-ci peuvent influencer les électeurs. Nous admettons que cette manière de penser est erronée, mais certains électeurs tiennent à voter pour le parti victorieux et ils s'inspirent, pour le choisir, de ces résultats.

Je sais pourtant, monsieur l'Orateur, que le même parti n'est pas toujours victorieux. J'ai conçu probablement cette idée parce que j'étais du côté malchanceux. Cette situation peut changer avec le temps et un relevé judicieux des opinions peut nous favoriser. On ne devrait pas toutefois voir d'un mauvais œil ces sondages si nous modifions la loi électorale. Nos modifications doivent tendre à produire la meilleure loi électorale possible, celle qui renseignera et informera l'électeur dans l'intérêt national.

[Français]

**M. Jean-Eudes Dubé (Restigouche-Madawaska):** Monsieur l'Orateur, j'ai suivi avec grand intérêt les remarques et les commentaires que l'honorable député de Timiskaming (M. Peters) a faits sur son bill C-3 intitulé: Loi modifiant la Loi électorale du Canada (Publication de résultats de votes d'essai).

Les notes explicatives du bill C-3 indiquent que le but de l'amendement proposé est d'interdire la publication d'enquêtes ou votes d'essai avant le jour de l'élection.

L'article 1, qui est le seul article du bill, précise la période de prohibition comme s'étendant de la date d'émission du bref d'élection ou de la dissolution du Parlement, selon le cas, jusqu'à la fermeture des bureaux de scrutin, le jour d'élection.

En fait, il s'agit d'abolir la publication des enquêtes de type Gallup durant toute la campagne électorale.

Cette prohibition s'étend aux émissions radiophoniques, journaux, gazettes, affiches ou

[M. Peters.]

panneaux d'affiche, circulaires, ou de toute autre réclame. De plus, l'expression «émission radiophonique» est définie dans le paragraphe 3 de l'article 1 du bill proposé comme ayant le même sens que le mot «radiodiffusion» dans la Loi sur la radiodiffusion. Et l'article 2 paragraphe b) de la loi sur la radiodiffusion définit le terme «radiodiffusion» comme suit:

«Radiodiffusion» signifie la dissémination de toute forme de communication radioélectrique, y compris la radiotélégraphie, la radiotéléphonie, la transmission sans fil, d'écrits, de signes, de signaux, d'images et de sons de toute nature au moyen d'ondes hertziennes destinées à être captées par le public, directement ou par l'intermédiaire de stations de relais.

Bref, le bill C-3 propose la prohibition totale, y compris la télévision, le télégraphe et tous les moyens modernes de communication, de rapporter les résultats de sondages politiques en vue d'élections.

Monsieur l'Orateur, tout le monde sait que la tenue d'enquêtes sur l'opinion publique n'est pas d'invention récente. Ces enquêtes servent le public, non seulement en Amérique du Nord, mais maintenant en Europe depuis un certain nombre d'années.

Toute entreprise de grande envergure qui se respecte a recours à des sondages publics pour ses propres fins commerciales. Avant de placer leur marchandise sur le marché, les grands manufacturiers font effectuer des sondages pour déterminer les goûts, les préférences des consommateurs.

Munies de ces indicateurs précieux, les grandes entreprises peuvent alors aller sur le marché en connaissance de cause et fournir au consommateur le produit qui lui convient le mieux.

C'est donc que ces sondages populaires s'avèrent très précieux et pour le producteur et pour le consommateur! Évidemment, je viens de parler de sondages privés qui servent aux fins de l'industrie privée et qui ne sont généralement pas révélés au grand public.

● (5.30 p.m.)

Mais ces sondages privés ne sont pas visés par le bill C-3; ce bill touche particulièrement les sondages politiques d'essai et veut les interdire au cours des campagnes électorales.

Comme les honorables députés le savent, ces sondages politiques sont très en vogue surtout aux États-Unis. Les candidats à la présidence des États-Unis, les partis politiques, et même les candidats à des postes locaux, font effectuer, à des périodes plus ou moins régulières, des sondages pour évaluer leur popularité personnelle.