

Kingsway (M^{me} Holt) sera d'accord, il est sidérant de voir qu'une foule de femmes sont persuadées qu'elles doivent acheter des produits de beauté pour être séduisantes. La publicité ne dit jamais que l'on peut devenir plus séduisant si l'on devient brillant, si l'on écrit des poèmes, si l'on fait de la sculpture ou si l'on obtient un prix Nobel. On dit à nos femmes qu'elles peuvent devenir plus séduisantes à condition d'acheter du rouge à lèvres bien criard, de la crème anti-rides censée effacer l'outrage des ans, ou de se parer la poitrine de beaux poissons. Quelle bêtise!

Une voix: Attention!

M. Leggatt: J'espère que le député de Vancouver Kingsway ne va pas en prendre ombrage. Je veux simplement dire que les femmes plus que tout autre groupe de la société sont manipulées par les organes d'information.

Mme Holt: Monsieur l'Orateur, je soulève la question de privilège. Je pense que le député de New Westminster (M. Leggatt) s'en prend aux femmes ici présentes, l'une d'elle particulièrement...

Une voix: Quelle honte!

Mme Holt: ... et plus précisément la façon dont elle est habillée. Je pense que cela n'a rien à voir avec la question. Le député ne s'en est pas pris, que je sache, à des hommes à la Chambre pour attirer l'attention sur leur tenue vestimentaire.

M. Leggatt: Monsieur l'Orateur, je vous assure que mon intention était de complimenter notre charmante collègue. Ce ne sont pas les jolies dames qui manquent ici mais il s'est trouvé que c'est elle qui a attiré mon regard.

Une voix: Il y en a beaucoup d'autres. Il vous faudrait des lunettes.

M. Alexander: Retirez vos paroles.

M. Leggatt: Monsieur l'Orateur, je ne saurais le faire. Je dis simplement que les femmes sont corrompues et manipulées par la publicité. Mais nous sommes tous manipulés et corrompus par elle, et il ne faudrait pas mentionner un groupe en particulier.

Permettez-moi de donner des précisions sur l'amendement. Nous disons que les qualités annoncées doivent être définissables, qu'on ne peut pas parler de nouveauté à propos de quelque chose qui n'est pas nouveau. Le député de Winnipeg-Nord-Centre (M. Knowles) dit qu'il faudrait trouver un nouveau nom à notre parti—il y a déjà longtemps qu'il existe—et au lieu de l'appeler Nouveau parti démocratique il faudrait l'appeler simplement Parti démocratique. Ce serait beaucoup mieux parce qu'il est sans doute le plus démocratique à la Chambre.

Des voix: Oh, oh!

M. Leggatt: Pourquoi les députés s'opposeraient-ils à un amendement qui interdit aux sociétés de:

(e) donner au public des indications de nature générale contenant des assertions exagérées au sujet du prix, à moins que ces assertions ne soient pleinement étayées de preuves suffisantes.

Pourquoi permettre aux entreprises de mentir? Pourquoi leur laisser faire ce que les tribunaux ne toléreraient pas de leur part? Pendant de longues années, il a été possible d'apporter à peu près n'importe quoi en preuve; puis on a adopté la règle du oui-dire. Mais nous laissons pratiquer la manipulation de l'opinion par la publicité.

Enquêtes sur les coalitions—Loi

Nous refusons d'imposer aux entreprises des normes de vérité que n'importe quel tribunal leur imposerait si elles comparaissaient devant lui. Des normes de vérité que nous imposons nous-mêmes à nos enfants. Nous voulons que nos enfants disent la vérité, mais on trouve normal que les canons de la morale ne s'appliquent pas dans le commerce.

Le paragraphe suivant de l'amendement proposé par le député porte ce qui suit:

(f) donner au public des indications qui, de façon implicite ou explicite, font naître ou ont tendance à faire naître des espoirs injustifiés au sujet de l'efficacité du produit.

On avance des prétentions ridicules en faveur des produits, et je songe en ce moment à ce qu'on dit des crèmes anti-rides. Ces crèmes effacent la trace des ans, affirme la publicité. Et que dire des annonces de dentifrices, lesquels ne contiennent presque rien d'autre que des matières grasses artificielles.

M. Munro (Esquimalt-Saanich): Quel dentifrice utilisez-vous?

M. Leggatt: Le Colgate.

M. Munro (Esquimalt-Saanich): Pas de publicité, s'il vous plaît.

● (1530)

M. Leggatt: Le paragraphe suivant porte sur les indications à donner au public; le voici:

(h) donner au public des indications contenant des suggestions implicites ou explicites au sujet de l'efficacité du produit dans des domaines autres que ceux où le produit est principalement destiné à servir;

C'est tout simple. Pourquoi ne pas dire la vérité sur le produit? Aucune loi n'exige qu'une entreprise commerciale dise que ses produits sont mauvais. Nous demandons seulement qu'elle ne mente pas. C'est très simple; cette demande doit être acceptée par tous les députés. Le dernier amendement proposé par le député va peut-être plus au cœur du problème que les autres. Le voici:

(l) et, dans tous les cas, les produits doivent être vendus, autant que possible, sur la base de qualités définissables.

Nous visons ainsi à mettre en quelque sorte la chance du côté du consommateur dans ses achats. Il a été manipulé. On lui a créé des besoins. Nous disons que si la qualité ou la catégorie d'un produit est définie, il est possible de faire un jugement objectif à l'achat. En ce moment, c'est impossible. La publicité atteint de tels raffinements que nous sommes sans défense devant la plupart des ruses et appels au prestige des publicitaires.

Je ne connais pas de meilleur exemple d'industrie nous infligeant une publicité insidieuse que l'industrie de l'automobile. En dix ans, il est clair qu'elle a essayé de manipuler le public pour vendre de grosses et luxueuses voitures qui consomment beaucoup d'essence et lui rapportent gros. Le public a pu résister un peu, mais pas complètement. On a commencé à se demander si on avait vraiment besoin de ces grosses voitures et peu à peu les petites automobiles ont gagné de la popularité. La résistance a continué. Détroit produisit des petites voitures. Toutefois, la voiture compacte d'une année devenait l'année suivante une automobile moyenne. Si je me souviens bien, ils se sont battus pendant une dizaine d'années pour amener la population à acheter un produit coûteux et stupide. Une