

Les subsides

M. Baker (Nepean-Carleton): Monsieur l'Orateur, si le député a à se plaindre de la qualité du débat, je ne crois pas qu'il devrait continuer à faire de telles observations.

M. Peterson: J'ai signalé, monsieur l'Orateur, que les députés de l'opposition critiquaient la publicité gouvernementale, dont une grande partie porte sur la question de l'unité canadienne. Je leur ai donc demandé ce qu'ils proposent, eux.

M. Baker (Nepean-Carleton): Ce n'est déjà plus la même chose.

M. Peterson: Je leur demande ce qu'ils proposent et s'ils se sont battus. Ne trouvent-ils pas cela raisonnable? Étaient-ils là-bas à se battre? La publicité est un élément fondamental de notre lutte. Sont-ils certains d'avoir la conscience tranquille? S'ils veulent bien nous dire ce qu'ils proposent pour garder le pays uni, je ne demande pas mieux. En attendant, je ne chercherai pas à excuser les efforts qui ont été faits au nom de...

Des voix: Bravo!

Des voix: Oh, oh!

L'Orateur suppléant (M. Ethier): A l'ordre, je vous prie.

M. Fred McCain (Carleton-Charlotte): Monsieur l'Orateur, certains ne reculent devant aucun subterfuge pour masquer leurs fautes. Quand l'exaltation du patriotisme—et je crois que nous sommes tous patriotes dans cette Chambre—sert d'excuse à des opérations publicitaires qui nous coûtent des milliards de dollars, je m'oppose, Votre Honneur, à cet affront qui nous est fait. C'est également tromper les Canadiens que d'évoquer de telles excuses à l'égard d'une chose qui n'avait pas sa raison d'être.

Pendant quelques instants, on aurait dit que le député de Welland (M. Parent) et celui de Willowdale (M. Peterson) lisaient le même texte. Quelqu'un avait dû se tromper de script, mais c'est quand même caractéristique du parti qui se trouve à votre droite, Votre Honneur, car il a tendance à se répéter. Le député de Welland tiendra sans doute à s'excuser de ses propos auprès de ses électeurs. Je doute qu'il veuille les publier dans son bulletin hebdomadaire, parce qu'ils ne reposent que sur du sable. Il aura du mal à trouver une pierre pour les solidifier.

Nous sommes, me semble-t-il, devant une situation où le gouvernement tente de se sortir d'un mauvais pas. Jamais rien n'a contribué autant à la désunion chez nous que la volonté de confrontation du gouvernement libéral actuel à l'égard du Québec. Je n'aurais pas assez de mes 20 minutes pour examiner toutes les formes qu'il a données à cette volonté de confrontation.

M. Lapierre: Dites-nous donc un peu quand vous êtes allé au Québec la dernière fois.

M. McCain: Je me suis rendu au Québec probablement plus récemment que le député lui-même ne s'est rendu au Nouveau-Brunswick. Par ailleurs, j'ai probablement lu plus de journaux du Québec que le député a jamais songé lui-même à en lire des provinces de l'Atlantique. Peut-être le député aimerait-il savoir que les provinces de l'Atlantique et celles de l'Ouest se sentent rejetées. Peut-être aussi le député aurait-il profité à sortir du Québec pour se faire une idée de l'ensemble du Canada, comme tous les députés sont censés le faire.

Des voix: Bravo

M. McCain: N'allons pas nous laisser emmurer au Québec, au Nouveau-Brunswick, en Ontario ou dans les provinces des prairies. Examinons la situation du Canada dans son entier. Le pays tombe en ruine, province par province, à mesure que chacune d'elles doit faire face à des situations irréalistes provoquées par le gouvernement actuel, qui affiche ensuite un détachement complet. Selon moi, pareil gaspillage est tout à fait injustifié et je voudrais vous citer quelques passages d'articles remontant jusqu'à 1980 qui ont paru au sujet de la campagne de publicité du gouvernement. Un article paru dans l'édition du 23 septembre 1980 du *Citizen* mentionnait ceci:

Le débat sur la résolution constitutionnelle a convaincu le gouvernement de la nécessité de quadrupler le budget du Centre d'information sur l'unité canadienne, qui passe donc à 35 millions de dollars.

On ajoutait:

Cette année seulement, il a offert des contrats de publicité d'environ 9 millions de dollars dans un effort pour essayer de vanter le gouvernement fédéral auprès des Canadiens.

De cette somme, environ 6 millions ont été directement investis pour promouvoir la vision du gouvernement en matière de constitution.

De ce côté-ci de la Chambre, les deux partis d'opposition ont exprimé leur opinion clairement et pertinemment. Celle-ci a eu une telle influence sur l'esprit des gens que le gouvernement du Canada, comme l'a laissé entendre le député de Vancouver il y a quelques minutes, a senti le besoin de recourir à la publicité pour faire valoir son point de vue puisque ses communiqués, ses discours, ses mesures législatives, ses banquets de souscription et ses réunions politiques ne suffisaient pas à la tâche. En 1980, le gouvernement a donc lancé une campagne publicitaire de 9 millions de dollars pour convaincre les Canadiens d'appuyer ce qu'ils n'arrivaient pas à comprendre.

Un article publié le 2 août 1980 dans le *Winnipeg Free Press* explique la théorie du gouvernement. Voici ce que dit cet article:

Le gouvernement a pour théorie le principe suivant: si vous n'arrivez pas à résoudre un problème quelconque, faites de la publicité. Quand le gouvernement dépense notre argent pour nous convaincre que tout va bien, nous pouvons être sûrs que ce n'est pas le cas.

Jetons maintenant un coup d'œil à un article publié le 2 août 1980 dans le *Winnipeg Tribune* qui dit ce qui suit:

C'est presque incroyable. Au milieu de la crise mondiale de l'énergie, le gouvernement canadien dépense 4 millions de dollars pour une campagne publicitaire qui vise à dire aux Canadiens qu'il n'y a pas de crise de l'énergie. Cette campagne, qui a déjà été lancée et qui continuera jusqu'en avril prochain, affirme que l'avenir énergétique du Canada «peut être planifié et que ce travail a déjà été entrepris.»

Nous avons vu comment il a été planifié. L'article poursuit:

Pourquoi le gouvernement fédéral consacre-t-il 4 millions de dollars de l'argent des contribuables à une campagne de publicité qui vise à convaincre le public de quelque chose qui n'est pas vrai?

Le fait est que si l'avenir énergétique du Canada est planifié, il est bien mal planifié.

Il ne faut pas oublier, monsieur l'Orateur, que nous ne parlons pas de ce qui se passe maintenant, mais de la situation qui existait en 1980. Nous discutons d'un programme qui a été mis sur pied de façon insidieuse pour laver le cerveau des Canadiens, comme le signale très clairement cet article du *Tribune* en disant: