

Produits du tabac

Or, les Américains, tant ceux qui vendent de la publicité que ceux qui fabriquent des produits du tabac, qui y verront vraisemblablement la possibilité de s'implanter prochainement sur notre marché dans le cadre de l'Accord de libre-échange, pourraient très facilement bénéficier du traitement préférentiel pour annoncer des produits du tabac américains dans des revues américaines qui sont également disponibles au Canada. C'est une question qui a fait l'objet d'une discussion poussée au comité. En fait, il a été établi au comité que nous ne voulons pas permettre que des marchands de tabac américains ou des annonceurs américains tournent notre législation en essayant de cibler le marché canadien. Le paragraphe 3 va à l'encontre de l'opinion unanime du comité. Ce paragraphe donne carte blanche aux Américains de s'amener avec des revues américaines bien armées et ciblées sur les Canadiens, en profitant du traitement fiscal préférentiel, pour essayer d'élargir leur part du marché canadien.

Si nous adhérons à un accord de libre-échange, et si nous disons aux Américains qu'ils peuvent venir ici vendre tous les produits qu'ils voudront, alors il faudra que la loi soit la même pour les annonceurs canadiens que pour n'importe quel annonceur américain qui voudra s'attaquer au marché canadien. Par le paragraphe 3, le ministre interdit au gouvernement canadien d'intervenir pour mettre fin à la publicité qui pourrait se pratiquer en fraude et même se révéler avantageuse pour les Américains bénéficiant d'un traitement fiscal préférentiel grâce à l'Accord de libre-échange, qui verront là en plus l'occasion de s'emparer d'une part du marché, stabilisée par la décision prise au Canada d'interdire la publicité.

Il s'agit là d'une échappatoire flagrante ouverte aux sociétés américaines de tabac et aux annonceurs américains, et il ne faut pas que l'adoption de cet amendement autorise cela. Voilà pourquoi nous ne pouvons appuyer en totalité la motion n° 1. Nous y voyons une tentative d'autoriser les sociétés américaines de tabac et les annonceurs américains à profiter de la préférence fiscale pour s'emparer d'une part du marché canadien par des moyens que nous sommes en train de refuser aux annonceurs canadiens et aux sociétés canadiennes de tabac. Cela est inadmissible.

Donc à propos de la motion n° 1, nous insistons auprès du secrétaire parlementaire, puisque le ministre a jugé bon d'être ailleurs, pour qu'il persuade ce dernier de retirer ce paragraphe qui nuit à la cohérence du projet de loi, et qu'il fasse en sorte, grâce à des amendements bien précis, que les sociétés américaines ne puissent tirer avantage de l'adoption de ce projet de loi, en usant plus précisément du droit des Américains de faire aux produits américains de la publicité ciblée sur les marchés canadiens.

La députée fait signe que non. Peut-être n'a-t-elle pas eu l'occasion de lire l'exposé présenté par le représentant de la division Loi et Gouvernement, M. James R. Robertson. Il avait rédigé à l'intention du comité un document où il disait que si

l'Accord de libre-échange accordait un traitement fiscal préférentiel, il y aurait danger que des annonceurs américains fassent passer de façon indirecte leur message sur le marché canadien.

Dans ma ville de Hamilton, beaucoup de téléspectateurs regardent CHCH, mais il y en a beaucoup d'autres qui regardent les canaux américains et qui sont très exposés aux vagues de publicité américaine. Dans l'esprit de ce qu'on appelle l'accord commercial, le ministre devrait faire le nécessaire pour étouffer cela dans l'oeuf, et faire en sorte que les sociétés de tabac entreprenantes n'utilisent pas les passages frontaliers, les revues frontalières et les émissions frontalières pour s'attaquer indirectement au marché canadien. Voilà pourquoi cet amendement est inadmissible. Il interdit expressément au gouvernement canadien d'intervenir contre ces annonceurs.

● (1200)

Au comité, j'ai été parmi ceux qui ont combattu précisément pour que la simple mention de la publicité au Canada soit remplacée par une interdiction catégorique. Ainsi, il ne serait plus possible d'engager une entreprise de New York pour organiser aux États-Unis une campagne publicitaire dirigée vers le marché très peuplé du sud-ouest de l'Ontario, qui est très sensible à la publicité américaine. Malheureusement, les préoccupations du comité ont été diluées et en fait annulées par cette motion qui, de toute évidence, ne peut être adoptée.

En ce qui concerne la motion n° 2, le ministre a mis si longtemps pour inscrire à l'ordre du jour la dernière lecture du projet de loi que la députée de Broadview—Greenwood s'est rendu compte de la quasi-inutilité de proposer un amendement qui toucherait les avertissements affichés avant le 1^{er} juillet. D'ici à ce que le projet de loi reçoive la sanction royale, le 1^{er} juillet 1988 sera évidemment passé. Le ministre voudra peut-être envisager de modifier la date ou trouver un moyen quelconque de remédier à la situation. À l'heure actuelle, la motion n° 2 est presque redondante parce que le ministre a mis si longtemps à faire revenir le projet de loi à la Chambre.

Les motions nos 3 et 4 traitent bien entendu des droits acquis. Le ministre a accepté un compromis à la demande d'associations sportives et culturelles qui craignaient de ne pas être en mesure de trouver d'autres sources de financement. Les motions proposées par le député de Winnipeg-Nord (M. Orlikow) réduisent d'abord à la moitié et ensuite au quart la protection des droits acquis en matière de publicité des événements commandités, ce qui signifie que les groupes commandités devront renoncer progressivement aux fonds des fabricants de produits du tabac. Ces motions accélèrent le processus.

La motion du ministre concernant les droits acquis permettrait que les fonds actuellement versés pour les événements sportifs et culturels restent indéfiniment au même niveau tandis que les amendements proposent qu'ils soient réduits d'abord à la moitié puis au quart de ce qu'ils sont actuellement. C'est un bon compromis, à notre avis, si on tient compte des inquiétudes justifiées de beaucoup de gens.