

*Santé des non-fumeurs—Loi*

● (1730)

La cigarette est la principale cause de maladies et de décès évitables, car elle entraîne la mort de plus de 30 000 personnes par année au Canada. Sur 180 000 décès au Canada, le sixième auraient pu être évités. Je trouve que ce projet de loi est important car si nous réussissons à réduire un peu la consommation de cigarettes, nous sauverons des vies humaines, nous améliorerons la productivité et nous économiserons les frais de toutes sortes dont elle est la cause. Cette mesure nous fera réaliser des progrès dans la lutte contre une cause de mortalité et de maladie qu'on pourrait prévenir.

J'ai parlé dernièrement à un médecin qui fait des recherches sur le cancer. Il préside un comité d'étude sur le cancer à l'Université d'Ottawa. Il m'a dit que 92 p. 100 des gens qui entrent à l'hôpital avec un cancer du poumon en sortiront dans un cercueil. C'est un chiffre alarmant et si ce projet de loi peut contribuer à résoudre ce problème, on aura beaucoup progressé.

Les statistiques sur l'usage du tabac au Canada révèlent l'existence d'un très grave problème de santé et suggèrent aussi des tendances inquiétantes. Le Canada a un des taux de consommation de cigarettes par habitant les plus élevés du monde industrialisé. Environ 36 p. 100 des Canadiens âgés de 15 ans et plus fument. Bien que le pourcentage des fumeurs diminue lentement, le dernier sondage montre que le nombre de jeunes Canadiennes qui fument augmente rapidement. Par exemple, la proportion de jeunes fumeuses âgées de 20 à 29 ans est passée de 36 p. 100 en 1983 à 45 p. 100 en 1986. De plus, l'usage du tabac augmente chez les tout jeunes adolescents. La récente diminution du nombre total de fumeurs pourrait être compensée à l'avenir par l'augmentation actuelle du nombre de jeunes fumeurs.

Les Canadiens manifestent de plus en plus l'inquiétude que leur inspirent les effets de l'usage du tabac. Ils se préoccupent surtout, semble-t-il, de la question de la publicité sur le tabac et de l'usage du tabac dans les lieux publics. Je suis d'accord avec eux. Je crois comme eux que les annonces sur le tabac trompent les consommateurs et visent à recruter de nouveaux fumeurs parmi les jeunes Canadiens.

J'ai enseigné les sciences de la santé et l'éducation physique pendant quatre ans dans une école secondaire de Kitchener. Nous avons abordé ce sujet dans nos cours sur la santé et j'ai trouvé inquiétant de savoir que, malgré l'information pourtant exhaustive que nous leur présentions, certains élèves finiraient par se mettre à fumer. C'est d'autant plus inquiétant que le but même de l'école est de renseigner pour permettre aux gens de faire des choix intelligents. Les enfants n'écoutent malheureusement pas toujours ce qu'on leur dit.

Plus les Canadiens sont informés sur les graves dangers que la fumée des autres, porteuse de plus de 60 substances toxiques, fait courir à leur santé, plus ils veulent être protégés contre l'exposition involontaire à cette fumée.

Je félicite le gouvernement pour les mesures qu'il a prises et je félicite aussi Air Canada pour avoir au moins interdit l'usage du tabac dans les avions qui circulent entre Ottawa, Toronto et Montréal. J'appuie l'importante mesure récemment annoncée par Transports Canada qui interdira l'usage du tabac à titre expérimental sur les vols d'une durée de deux heures maximum. Quand je fais un long voyage en avion, j'ai

l'impression, après trois heures, que je pourrais tout aussi bien fumer moi-même parce que j'aspire autant de fumée que la personne qui fume deux rangées derrière moi. Quand je sors de l'avion à la fin du voyage, j'ai les yeux pleins d'eau et les poumons pleins de fumée. Cela me dérange beaucoup. Je suis heureux de voir que le gouvernement commence à réagir, que nous faisons enfin quelques progrès. Ce projet de loi nous aidera à aller plus loin.

Le public a été davantage sensibilisé au problème de la publicité pour le tabac lorsque la Compagnie RJR-Macdonald Tobacco a parrainé l'Association canadienne de ski en 1983. L'opinion publique s'est alors élevée contre le fait que le sport amateur servait à promouvoir le tabac. C'est alors que le gouvernement fédéral a adopté, en janvier 1985, une politique obligeant tous les organismes de sport amateur qu'il finançait à renoncer à signer ou à renouveler des contrats avec des fabricants de tabac. Cela veut dire que nous commençons au moins à nous attaquer au problème sur plusieurs fronts.

Même si la Compagnie RJR-Macdonald Tobacco a récemment annoncé qu'en raison d'une baisse de son chiffre d'affaires, elle ne vendrait plus les cigarettes Tempo, sa campagne publicitaire antérieure en faveur de cette cigarette a secoué l'opinion publique qui s'est inquiétée des méthodes de commercialisation des fabricants de tabac. De nombreux Canadiens estimaient que cette campagne visait à recruter de nouveaux fumeurs parmi les jeunes Canadiens, ce qui allait à l'encontre du code publicitaire et promotionnel auquel les fabricants de tabac se pliaient volontairement. Il s'agit certainement d'une stratégie commerciale très tentante étant donné que l'habitude de fumer se prend avant l'âge de 20 ans.

L'Association pour les droits des non-fumeurs a également signalé, avec preuve à l'appui, de nombreuses autres infractions au code des fabricants, y compris l'affichage d'annonces publicitaires en faveur du tabac sur des panneaux et dans des magasins situés à 200 mètres des écoles. Je tiens à attirer l'attention de la Chambre sur une pleine page de publicité publiée dans un journal de ma circonscription. Cette annonce, que nous avons pu voir dans tous les journaux du pays, invite les citoyens à écrire à leur député en disant: «Dites à votre député qu'un produit qui crée une accoutumance ne laisse aucune liberté de choix. Dites-lui qu'il est temps d'empêcher les enfants de contracter une habitude mortelle.» C'est une bonne publicité et toutes les lettres qu'on voudra m'adresser à ce sujet sont les bienvenues. Ce projet de loi va nous aider à nous attaquer à ce problème. Les activités des divers groupements du pays commencent à porter leurs fruits.

Le nouveau paquet de 15 cigarettes Export A constitue également un sujet d'inquiétude étant donné que son faible prix le met plus facilement à la portée des jeunes. Malheureusement, le marché du tabac étant en perte de vitesse, il faut s'attendre à ce que ces campagnes publicitaires et promotionnelles douces se multiplient. C'est donc avec plaisir que j'appuie la mesure à l'étude.

La publicité concernant un produit aussi dangereux constitue une source d'inquiétude depuis quelque temps. La publicité associe le tabac à une vie saine, amusante et brillante, elle contribue à mieux faire accepter le tabac parmi les jeunes et elle légitime son usage. Les magazines renferment des pages entières d'annonces publicitaires attrayantes. Les entreprises