

Publicité destinée aux enfants

Si le bill était adopté aujourd'hui, cela entraînerait plusieurs problèmes que je tiens à mentionner. Tout en étant tout à fait d'accord avec l'objet du bill et en espérant que son retrait comme aussi l'engagement pris par le CRTC amélioreront la situation, j'aimerais vous faire part de ce qui me préoccupe profondément. La pénétration américaine dans un vaste secteur du marché canadien continuera de créer un réel problème à moins qu'on trouve le moyen de la contrer. Dans les régions canadiennes qui reçoivent les émissions télévisées des États-Unis, les enfants pourront encore voir des émissions porteuses du genre de réclame que nous cherchons à éliminer.

En outre, si le gouvernement ou le CRTC ne trouve pas moyen de mettre au point des programmes pour enfants, par exemple en fait de dessins animés ou de films pour enfants dans le secteur privé, on court le risque de compromettre les programmes canadiens à l'intention de nos jeunes. Si on se borne à abolir la propagande publicitaire dans les programmes pour enfants au Canada et qu'aucune pression ne s'exerce sur les stations émettrices privées pour qu'elles continuent d'assurer des programmes aux enfants, on risque non seulement de voir disparaître les émissions enfantines mais de pousser ces jeunes à regarder des émissions américaines, avec la propagande publicitaire qu'elles comportent.

Voilà les aspects dont je voulais traiter. J'espère que le gouvernement et le CRTC se renseigneront sur ces problèmes, qui existent réellement. Nous avons besoin, au Canada, d'une industrie cinématographique à l'intention des enfants. Nous avons besoin d'émissions enfantines, de bons programmes canadiens dans le secteur privé du pays. Le comité recommandait entre autres, dans son rapport, et je suis sûr que le député de Saint-Jean-Est sera d'accord là-dessus, que le gouvernement prenne des mesures pour supprimer la déduction des frais publicitaires pour fins d'impôt dans le cas des compagnies canadiennes qui font de la réclame sur les chaînes américaines dont les émissions passent au Canada.

[Français]

M. Eymard Corbin (Madawaska-Victoria): Monsieur l'Orateur, je voudrais profiter de l'occasion pour dire que les deux engagements donnés par le CRTC, ou son président, ne couvrent pas une situation qui pourrait être couverte par le projet de loi présenté par l'honorable député de Saint-Jean-Est (M. McGrath).

Je le félicite, et je puis lui dire que je l'appuie entièrement, car ce problème me préoccupe depuis très longtemps. Il me préoccupait même avant la présentation de son projet de loi à la Chambre. Je crois que c'est à lui que revient le mérite d'avoir publiquement porté cette question à l'attention de la Chambre.

Les deux engagements du CRTC s'appliquent précisément à la réclame publicitaire s'adressant aux enfants dans le contexte de la programmation infantine, mais entre les émissions à la télévision il y a des périodes que l'on appelle communément des périodes d'identification des postes locaux, des «station breaks», et alors, les postes privés en profitent pour passer une publicité qui, évidemment, ne s'adresse pas aux enfants mais que les enfants regardent néanmoins. On a porté cela à mon attention, et j'ai personnellement pu constater que certains postes de télévision profitent de cette période d'émissions pour enfants pour faire l'annonce de films pornographiques, par exemple.

[M. Fleming.]

Cette question préoccupe énormément les gens de la région que je représente, d'autant plus qu'ils n'ont pas de poste de télévision locale. Ils n'ont pas de production locale, ils dépendent donc d'un poste satellite de la province de Québec, ce qui les laisse dans une position où ils ne peuvent pas intervenir efficacement.

Une mère de famille m'écrivait une lettre le 7 décembre 1973 et en même temps me faisait parvenir copie d'un article qu'elle avait envoyé au journal local, à l'effet que le poste profitait des périodes d'identification pour faire la réclame publicitaire de films pornographiques pour des cinémas locaux.

J'ai immédiatement porté ce grave problème à l'attention du CRTC et il a fallu quelque temps avant d'obtenir une réponse mais, à toutes fins pratiques, M. J. H. McKernin, représentant régional de la région des provinces de l'Atlantique, écrivait au gérant du poste CJBR-TV, M. Walter Ruest, ce qui suit:

Nous vous faisons parvenir ci-joint copie d'une lettre qu'adressait le député de Madawaska-Victoria, M. Eymard Corbin, ...

La plainte comporte plus précisément trois composantes:

L'on s'objecte à la réclame pour les films de violence et pornographiques;

L'on s'objecte à ce que de tels messages publicitaires soient diffusés au moment où les enfants regardent normalement la télévision;

L'on s'oppose à «pratiquement toute la réclame publicitaire dirigée aux enfants en bas âge».

Ce sont là des questions qui, comme vous le savez, préoccupent beaucoup le Conseil. Nous estimons qu'il s'agit d'une plainte sérieuse, et nous vous demandons de nous faire parvenir vos commentaires ainsi qu'une copie de votre réponse à M. Corbin.

On a donné suite à cette requête le 12 février et, à toutes fins pratiques, on s'est excusé. On a dit qu'on avait perdu le ruban de l'enregistrement de cette réclame publicitaire et que, normalement, on surveille de très près cette question de réclame publicitaire pour les films pornographiques.

● (1650)

Mais pour autant, monsieur l'Orateur, la situation n'a pas changé. Le 4 avril dernier, je recevais une lettre d'un journaliste du journal *Le Madawaska* où il mentionnait que la situation, loin de s'éliminer par elle-même, ne fait que s'aggraver. Et il terminait sa lettre en disant, et je cite:

En passant, de grâce n'allez pas croire que je suis un scrupuleux de l'époque coloniale; au contraire, je suis un jeune père de famille de 34 ans qui trouve ridicule et inconcevable que l'on pollue le petit écran devant les tout-petits.

Monsieur l'Orateur, le problème qui me préoccupe davantage est celui de la période de réclame publicitaire destinée à permettre l'identification des postes, et qui ne semble pas être couverte par l'engagement donné aujourd'hui à la Chambre par le CRTC. J'insiste donc pour que le CRTC se penche également sur la publicité diffusée entre les périodes d'émissions pour enfants.

M. Marcel Prud'homme (secrétaire parlementaire du ministre de l'Expansion économique régionale): Monsieur le président, je voudrais simplement me joindre à mes collègues pour dire que d'abord je consens à ce que l'on retire ce projet de loi. Depuis très longtemps, je me préoccupe de cette importante question étant donné les nombreuses instances que j'ai reçues à ce sujet. Et je voudrais simplement dire qu'il est grandement temps que l'on cesse de créer des besoins chez les jeunes, et surtout chez les très jeunes enfants. Si ceux qui s'y connaissent regardent la publicité télévisée—et je pense que l'honorable député qui a présenté le projet de loi est bien mieux