

Le président suppléant (M. DeBlois): Comme il est 17 heures, la Chambre abordera maintenant l'étude des Affaires émanant des députés, selon l'ordre indiqué au *Feuilleton* d'aujourd'hui.

INITIATIVES PARLEMENTAIRES — PROJETS DE LOI

[Traduction]

LE CODE CRIMINEL

MESURE MODIFICATIVE

M. Iain Angus (Thunder Bay—Atikokan) propose: Que le projet de loi C-271, Loi modifiant le Code criminel (publicité par télécopie), soit lu pour la deuxième fois et renvoyé à un comité législatif.

— Monsieur le Président, certains pensent peut-être qu'on tient le débat d'ajournement aujourd'hui plutôt qu'à un autre moment.

Je suis heureux de lancer le débat sur le projet de loi C-271, Loi modifiant le code criminel, concernant plus précisément la publicité par télécopie, communément connue sous le nom de fax de rebut.

J'ai présenté cette mesure pour remédier à un problème qui se fait jour dans le monde des affaires et dans d'autres secteurs de la société qui utilisent les télécopieurs sur les lieux de travail. Le projet de loi est très précis. Il propose d'apporter à l'article 426 du Code criminel du Canada une modification qui s'énonce ainsi:

Commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, une amende maximale de deux cents dollars quiconque fait parvenir par télécopie effectuée au moyen d'un réseau téléphonique de la publicité concernant la vente d'un bien ou d'un service à une personne ou un organisme qui n'en a pas fait la demande.

J'aimerais exposer pour la gouverne des députés le contexte dans lequel se présente le problème des facsimilés de rebut. Les télécopieurs ne sont pas nouveaux. On en voyait au milieu des années 1970; ils étaient très encombrants, très chers et hors de portée de la plupart des bureaux et, certes, très lents et très onéreux à utiliser.

Cependant, depuis l'apparition de la nouvelle génération de télécopieurs au milieu des années 1980, il y a eu une explosion. En 1986, on ne comptait que 100 000 de ces machines au Canada. À la fin de l'année 1989, le nombre en était passé à 210 000. À la fin de l'année en cours, ce nombre aura de nouveau doublé pour atteindre 420 000; la firme Evans Research Corporation prévoit que d'ici la fin de 1993, il y aura un million de télécopieurs en exploitation au Canada. Sans compter la prolifération

Initiatives parlementaires

de ce qu'on appelle le module fax dans le monde des micro-ordinateurs. Il s'agit d'un module informatique que l'on peut enficher dans son ordinateur et qui peut garder en mémoire jusqu'à 999 numéros de téléphone auxquels on peut envoyer un message par facsimilé au moyen d'une seule commande.

Un sondage de *La Presse* montrait que 95 p. 100 des entreprises de Montréal avaient un télécopieur en novembre 1989 et que la moitié des entreprises restantes envisageaient d'en acheter un dans les six mois. C'est donc un secteur en expansion, du moins en ce qui concerne les machines.

J'en viens maintenant au problème de la publicité importune. La publicité par le biais des télécopieurs est un rêve devenu réalité pour les publicitaires qui peuvent obliger les propriétaires de télécopieurs à supporter une partie de leurs frais. Tous les députés reçoivent des plaintes au sujet du courrier publicitaire, de tous ces dépliants qui arrivent dans votre boîte à lettres. Ils ne coûtent rien au destinataire, qui n'a que le désagrément de devoir les placer dans le classeur circulaire. Par contre, dans le cas des télécopieurs, n'importe qui peut vous envoyer un message pour vous offrir des biens ou des services et vous devez payer le coût de l'impression. C'est cela la différence.

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, dans l'enquête qu'elle a faite auprès de ses membres en octobre 1989, demandait s'il devrait y avoir une réglementation protégeant le public de la publicité par le biais des télécopieurs. Dans les réponses il y avait 81 p. 100 de oui, 10 p. 100 de non, 5 p. 100 d'incertains et 4 p. 100 se désintéressant de la question.

• (1720)

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes estime qu'il ne peut rien contre la publicité par télécopieurs, car il n'a pas autorité sur le contenu des transmissions par lignes téléphoniques. Cela selon un des agents d'information du Conseil. Par ailleurs, ni le Conseil ni Bell ne déclarent avoir reçu des plaintes au sujet de publicité non sollicitée. J'y reviendrai dans un moment.

Aux États-Unis, deux États ont adopté des lois interdisant les envois par télécopieur non sollicités, le Maryland et le Connecticut. Le lobbying pour et contre la loi a été intense. La loi du Maryland prévoit des amendes pouvant atteindre 5 000 \$ pour les récidivistes, tandis qu'au Connecticut on peut écoper d'une amende pouvant atteindre 500 \$ ou d'une peine de 3 mois de prison au maximum. Par ailleurs, un groupe fédéral des États-Unis a approuvé une mesure législative visant à constituer une liste des