

l'étiquetage des textiles, qui a été adoptée lors de la dernière session. Nous avons la loi sur les lettres de change, qui a été adoptée elle aussi au cours de la dernière session et qui protège le consommateur contre le recours aux billets à ordre dans le cas de la vente d'un produit défectueux. Nous avons eu le bill destiné à susciter plus de concurrence dans le commerce des produits pharmaceutiques et qui visait à modifier la loi sur les brevets, la loi sur les marques de commerce et la loi sur les aliments et drogues. Nous avons eu la mesure prise par le gouvernement pour transférer l'exécution de l'article 33 de la loi relative aux enquêtes sur les coalitions du gouvernement provincial au fédéral. Il s'agit de l'article qui traite de la publicité abusive. Je pourrais dire que depuis que le ministère de la Consommation et des Corporations s'est chargé de faire appliquer cet article de la loi, il y a eu davantage de poursuites et beaucoup plus de condamnations. Nous avons eu également le bill sur les produits dangereux, adopté par le Parlement, et qui prévoit plusieurs des points proposés dans son bill. Nous avons eu le bill sur l'emballage et l'étiquetage, des produits de consommation, C-180, qui a été adopté par la Chambre au cours de la présente session et le bill fédéral sur les associations coopératives, le bill C-177.

Toutes les mesures législatives dont j'ai parlé ont été recommandées par le comité mixte de la Chambre et du Sénat et, en tant que membre de ce comité je tire une certaine satisfaction de ce que force de loi ait été donnée à un grand nombre de nos recommandations. Parmi les députés de l'arrière-ban, nous sommes nombreux à essayer par des moyens divers de pousser de nouvelles idées ou des réformes. Nous siégeons au sein de comités et nous tâchons que leurs rapports produisent les effets que nous souhaitons. Nous présentons des motions et des bills d'initiative parlementaire, espérant que les idées qu'ils contiennent soient accueillies par le gouvernement, par certains ministres, par les courriéristes, et qu'en les faisant ainsi connaître nous obtiendrons en fin de compte leur adoption par le gouvernement, puis leur adoption comme mesures législatives à la Chambre.

Dans le domaine des mesures visant la consommation, on a beaucoup fait depuis la création de ce comité en 1966. Un grand nombre d'articles présentés dans mon bill C-39 ont été adoptés, de sorte que le bill n'est plus aussi nécessaire que lorsqu'il a été élaboré en premier lieu. Il reste cependant certaines questions à traiter, et certaines réformes à accomplir. Il est des Canadiens qui estiment que nous n'avons pas besoin de lois relatives à la consommation. Selon eux, dans une économie reposant sur la liberté du marché, tout ce que nous avons à faire, c'est de veiller à ce que la liberté de conclure des contrats soit préservée, et que les consommateurs soient protégés contre la fraude et les autres pratiques criminelles. Mais la physiologie du marché a bien changé depuis l'époque où furent adoptées les premières lois, et cela est particulièrement vrai dans le domaine de la consommation.

De nos jours, les denrées vendues au détail sont d'une extrême complexité. Ce n'est pas comme au temps de nos parents, lorsque ceux-ci se rendaient chez le boucher ou l'épicier du coin. Ils connaissaient personnellement le commerçant en question. Les produits que celui-ci vendait se caractérisaient par leur simplicité et l'on pouvait faire confiance au détaillant. De nos jours, les consommateurs font leurs emplettes dans de vastes supermarchés

[M. Allmand.]

ou dans des grands magasins. Ils ont affaire à des vendeurs qui ne sont que les maillons d'une longue chaîne de responsabilités. Quant aux produits, je le répète, ils sont d'une grande complexité et ils contiennent beaucoup d'additifs.

Par exemple, dans le commerce de l'épicerie, nous avons ce qui s'appelle des aliments conditionnés ou préparés. Ils ne sont pas simplement présentés comme ils l'étaient jadis. Nous n'obtenons pas simplement une pièce de viande ou un légume. Diverses substances chimiques y sont ajoutées. De nombreux produits sont partiellement cuits ou ont été cuits et congelés, et ainsi de suite. Le consommateur est ainsi en présence d'un commerce de détail d'envergure et impersonnel et, à titre de profane, il lui est difficile de comprendre tout ce qui se rattache aux produits qui lui sont offerts.

En outre, il est assailli par un programme massif de publicité, ce qu'on ne voyait pas il y a 20 ou 30 ans. L'influence de la publicité à la télévision, dans les revues et les journaux, à la radio et même par le porte-à-porte, est particulièrement importante. Lorsqu'on combine tous ces éléments, la publicité, la vente au détail et la nature des produits, je soutiens, comme la plupart des députés, je crois, qu'il faut protéger davantage le consommateur qui, même s'il est diligent lorsqu'il fait un achat, ne peut traiter d'égal avec le vendeur.

C'est pour cela que j'exhorte la Chambre à adopter le bill, surtout les dispositions qui ne figurent pas dans les lois actuelles. J'incite les députés à réclamer une plus grande réforme des lois qui concernent les consommateurs. Il est regrettable que le ministre de la Consommation et des Corporations ne soit pas présent. Je suppose qu'il est en Colombie-Britannique pour rencontrer la reine britannique. J'espère que ces propos lui seront signalés. Je le répète, monsieur l'Orateur, la Chambre a déjà été saisie de cette mesure. Je n'ai pas grand-chose à en dire, sauf d'en signaler l'importance. Elle englobe une foule de transactions importantes qui intéressent le Canadien moyen, et j'exhorte la Chambre à en accepter le principe.

• (5.10 p.m.)

M. W. M. Howe (Wellington-Grey-Dufferin-Waterloo): Monsieur l'Orateur, j'hésite à m'aventurer ici, vu les sévères critiques des journaux et d'autres gens à mon endroit parce que j'avais pris le parti des fabricants et des gros méchants hommes d'affaires lors de l'examen du bill sur l'emballage et l'étiquetage. Mais je comprends parfaitement la situation de ces gens et je déplore que tant de personnes critiquent les gérants de magasins et d'entreprises qui se donnent beaucoup de mal et font tout leur possible pour trouver un produit au goût du consommateur. Ils ont des réserves remplies de produits mis en vente et mis ensuite au rancart parce que le public n'en voulait pas.

Je ne crois pas que tous les hommes d'affaires s'adonnent à des pratiques frauduleuses pour essayer de persuader le consommateur. J'admets que le consommateur devrait être mieux renseigné parfois sur les produits qu'on lui présente et qu'on pourrait ainsi éviter des erreurs. Le marché cause bien des embarras, mais cela tient surtout à notre mode de vie actuel. Il y a une vingtaine ou une trentaine d'années, la viande se vendait