

Publicité destinée aux enfants

INITIATIVES PARLEMENTAIRES—BILLS PUBLICS

[Traduction]

LA LOI SUR LA RADIODIFFUSION

MODIFICATION RELATIVE AUX ANNONCES PUBLICITAIRES
AU COURS DES PROGRAMMES DESTINÉS AUX ENFANTS

M. James A. McGrath (Saint-Jean-Est) propose: Que le bill C-211, tendant à modifier la loi sur la radiodiffusion (annonces publicitaires au cours des programmes destinés aux enfants), soit lu pour la 2^e fois et renvoyé au comité permanent de la radiodiffusion, des films et de l'assistance aux arts.

—Monsieur l'Orateur, j'espère que d'ici la fin de cette heure la Chambre sera d'accord pour renvoyer ce bill au comité permanent de la radiodiffusion, des films et de l'assistance aux arts, et je veux parler à l'appui de la motion.

C'est la quatrième fois en trois ans que ce bill est présenté à la Chambre, ce qui prouve qu'il répond à une préoccupation pressante et d'intérêt immédiat pour de nombreux Canadiens. J'entends démontrer que la majorité de nos concitoyens sont en faveur d'un accueil favorable de ce bill par la Chambre.

Il n'est peut-être pas inutile de faire brièvement l'histoire de ce bill, présenté pour la première fois le 7 avril 1971. Il a mérité depuis lors l'appui général de tous les coins du pays, sans distinction d'opinion politique. De par sa nature et de par son but, je pense qu'il propose une réforme qui aurait dû être réalisée il y a longtemps.

Le bill a été présenté pour la première fois le 7 avril 1971 et pour la deuxième fois le 15 janvier 1973. En mars de cette année-là, la Chambre décidait de le renvoyer au comité permanent de la radiodiffusion, des films et de l'assistance aux arts. Ce comité s'est penché sur la question, et a entendu de nombreux témoins. L'étude des dépositions l'a amené à présenter à la Chambre, le 16 juillet 1973, un rapport comportant cinq recommandations.

Les recommandations du comité font partie des documents de la Chambre et je ne les lirai pas toutes les cinq. La première est importante et je crois utile de la répéter ici. Le comité a recommandé:

1) que le Conseil de la radio-télévision canadienne adopte des règlements interdisant une publicité destinée exclusivement aux enfants;

Fait intéressant et digne de mention, la Chambre a approuvé les recommandations du comité, le 24 juillet 1973. J'ajoute que l'assentiment était unanime. On s'attendrait à ce que, suite à l'approbation de la Chambre, des mesures soient prises par l'autorité compétente, en l'occurrence le CRTC qui reçoit ses pouvoirs du Parlement en vertu de la loi sur la radiodiffusion. On s'attendrait que cet organisme donne suite aux recommandations de la Chambre. Il ne l'a pas fait et c'est pourquoi la Chambre est à nouveau saisie du bill aujourd'hui.

Dans un communiqué de presse, le président du CRTC a annoncé qu'il ne pourrait mettre en œuvre les recommandations de la Chambre parce qu'à son avis un changement aussi fondamental des règlements sur la radiodiffusion exigeait une modification de la loi. L'article 16 de la Loi sur la radiodiffusion accordait en fait au CRTC tout le pouvoir dont il avait besoin.

[M. l'Orateur adjoint.]

En mars dernier, un sondage Gallup à l'échelle nationale a révélé que 57 p. 100 des personnes interrogées étaient en faveur de l'interdiction complète de la publicité destinée aux enfants. La ventilation de ce sondage national est intéressante car elle montre que 65 p. 100 des personnes interrogées dans la région de l'Atlantique étaient en faveur de l'interdiction, 55 p. 100 dans la province de Québec, 59 p. 100 en Ontario, 49 p. 100 dans les Prairies et 64 p. 100 en Colombie-Britannique.

Il serait peut-être intéressant de signaler également qu'en novembre dernier, le parti libéral du Québec a adopté, lors de sa réunion annuelle, la résolution suivante:

Attendu que les méthodes employées par les commanditaires dans leur publicité destinée aux enfants sont extrêmement efficaces,

Attendu que la publicité suscite chez les enfants des désirs que leurs parents ne peuvent satisfaire

● (1710)

Attendu que les enfants n'ont pas assez de jugement pour exercer leur droit de choix,

Il est proposé que la publicité commerciale qui s'adresse aux enfants jusqu'à 13 ans soit interdite dans tous les media.

Il s'agit là d'une résolution adoptée par les délégués à la réunion annuelle du parti libéral québécois tenue à Québec en novembre 1974.

La réaction du CRTC et de Radio-Canada a été décevante. Tout d'abord, le CRTC, dans une déclaration rendue publique à l'automne de cette année, déclaration qui, pourrais-je dire, a été suscitée par le troisième débat tenu sur le présent bill en avril 1974, a appliqué la décision suivante annoncée par un communiqué de presse:

1. Que l'observation des dispositions du code d'éthique des radiodiffuseurs sur les annonces publicitaires destinées aux enfants sera une condition expresse de l'octroi de tout permis de diffusion.

2. Qu'un délégué du CRTC représentera officiellement la Commission à toutes les délibérations des sections des annonces publicitaires destinées aux enfants du Conseil des normes publicitaires chargées d'épurer toutes les réclames pour enfants.

C'était le résultat d'un compromis atteint quand le bill a franchi l'étape de la deuxième lecture au début de cette année. Il convient de signaler que le comité de la radiodiffusion a nettement précisé dans son rapport qu'il ne croyait aucune industrie capable de s'auto-discipliner au moyen de son propre code et d'aboutir au genre de régime prévu par le comité. C'est pourquoi il n'a pas hésité à aller jusqu'à recommander l'interdiction de toute publicité destinée exclusivement aux enfants.

Sans doute y a-t-il lieu de mentionner également que le code sur lequel le Conseil de la radio-télévision canadienne appuie sa décision est avant tout un code industriel. Ensuite, bien qu'il ait la valeur d'un règlement du Conseil de la radio-télévision canadienne, c'est le seul règlement qui n'ait pas été débattu à l'occasion d'audiences publiques. Le public n'a été appelé en aucune façon à contribuer à l'établissement de ce code. C'est là un argument très important que je soumetts à la Chambre.

En outre, l'application du code en soi donne lieu à des difficultés lorsqu'il s'agit de distinguer entre un programme pour toute la famille et un programme destiné aux enfants. Le code renferme maintenant un nouvel article où on définit le terme «famille». Autrement dit, on s'applique à trouver des moyens d'échapper aux interdictions du code. Je soutiens—quiconque regarde les émissions du réseau et des stations privées s'en rend compte—que l'on restreint l'efficacité du code de plus en plus.