

● (1510)

Quand j'ai écrit à Votre Honneur ce matin pour lui signaler mon intention de soulever cette question cet après-midi, je lui ai expédié un exemplaire d'un document intitulé: Politique énergétique nationale, les communications. Ce mémoire parle de la possibilité d'organiser une campagne publicitaire sur l'énergie. M. Donald Hanright, directeur des communications au ministère de l'Énergie, des Mines et Ressources a avoué publiquement être l'auteur de ce document de sorte qu'on ne peut en contester l'authenticité.

Je signale qu'à la page 3 de ce document intitulé Stratégie se trouve le passage que voici:

La stratégie exposée dans ce document d'information vise trois objectifs dans l'ordre suivant:

1. Prendre en main le débat sur l'énergie.
2. Garder la haute main en passant aux actes.
3. Rayer «l'énergie» de la liste des grandes préoccupations nationales.

Le but de la campagne était donc très clair. Le gouvernement voulait lancer une grande campagne de publicité pour prendre en main le débat sur l'énergie.

**M. Lalonde:** Madame le Président, j'invoque le Règlement . . .

**M. Nielsen:** Vous ne pouvez le faire pendant que quelqu'un soulève la question de privilège.

**M. Lalonde:** J'invoque le Règlement et je conseille au député de prendre note également d'une chose qui s'est produite à la Chambre, que M. Hanright, que le député a cité, a dit aussi:

**Des voix:** Règlement.

**M. Lalonde:** M. Hanright a déclaré que le ministre avait rejeté . . .

[Français]

**Mme le Président:** A l'ordre! Je ne comprends pas très bien pourquoi les députés protestent. Il me semble, et si j'interprète mal le Règlement, je demande que quelqu'un me le signale. On peut invoquer le Règlement à n'importe quel moment quand un député s'adresse à la Chambre. Or, c'est ce que l'honorable ministre a demandé. Je lui ai donné la parole, cela me paraît tout à fait normal. Est-ce que l'honorable ministre a terminé son rappel au Règlement?

[Traduction]

**M. Lalonde:** Madame le Président, le point que je désire faire valoir est très bref et il porte sur les propos que le député vient de tenir. Il a cité les propos d'un haut fonctionnaire de mon ministère. Je lui dis qu'il est injuste envers celui-ci, car lorsqu'il a été interviewé à ce sujet, il a précisé que son ministre avait rejeté cette note de service. Par conséquent, le député serait mal venu de . . .

**M. Clark:** Montrez-nous son successeur, Marc.

**M. Lalonde:** . . . faire allusion à des passages de ce document et de ne pas citer le texte intégral de la déclaration du haut fonctionnaire en question. J'ai déclaré moi-même à la Chambre que j'avais rejeté ce document.

**M. Beatty:** Madame le Président, il est regrettable que le ministre de l'Énergie, des Mines et des Ressources (M.

*Privilège—M. Beatty*

Lalonde) se soit senti obligé de nous refiler un discours sur le bien-fondé de la résolution en prétextant un rappel au Règlement. Manifestement, il n'y avait pas lieu d'invoquer le Règlement.

Il est très clair que le but de cette campagne est de permettre au gouvernement de prendre en main le débat sur l'énergie et, pour reprendre l'expression utilisée dans le document, de «rayer «l'énergie» de la liste des grandes préoccupations nationales». Ce serait déjà assez grave si cette campagne était uniquement dirigée contre les opposants au gouvernement dans le secteur privé. Le simple fait de dépenser d'importantes sommes puisées dans le Trésor public pour redorer l'image du gouvernement et pour apaiser les inquiétudes du public sur un problème qui a pris les proportions d'une crise dans tous les pays industrialisés est extrêmement dangereux et troublant. D'après le document, cependant, il est clair cependant que le secteur privé n'est pas la seule cible de la campagne publicitaire. Les députés à la Chambre sont visés eux aussi.

Voici un paragraphe intitulé «La prise en charge».

Le gouvernement prendra la situation en main brusquement, énergiquement, en annonçant l'ensemble de mesures qui consistera toutefois en une politique informelle, presque indigeste. A moins de leur couper l'herbe sous le pied en faisant de la publicité sur l'ensemble de mesures et sur les différents éléments qui forment cet ensemble, et sur les programmes actuels dans les domaines de l'approvisionnement, de la répartition et de l'économie, ce sont les inévitables détracteurs qui prendront cette initiative (et notamment les médias dont la plupart sont hostiles à la politique du gouvernement, les provinces productrices, les multinationales étrangères et l'Opposition).

Ce qu'il convient de noter, c'est que M. Hanright ne parle pas des opposants au gouvernement de façon abstraite. Il fait très directement et expressément allusion à l'opposition parlementaire ainsi que sa décision de mettre une majuscule à «opposition» le démontre très clairement. Comment les opposants du gouvernement, y compris l'opposition parlementaire vont-ils être déjoués, selon les propositions de M. Hanright? L'un des moyens signalés par M. Hanright sera l'annonce d'un ensemble de mesures concernant l'énergie qui, d'après le gouvernement, seront présentées au moment de la présentation du budget par le ministre des Finances (M. MacEachen) mardi prochain. L'autre moyen sera le recours à une campagne publicitaire massive pour faire accepter ces initiatives par l'opinion publique.

Sous la rubrique «Garder la haute main», M. Hanright décrit la difficulté qu'éprouverait le gouvernement à obtenir un accueil suffisamment favorable pour ses initiatives cet automne. Il ajoute:

De toute façon, ces considérations sont relatives. Pour les opposants éventuels, le moment ne pourrait être plus mal choisi, pourvu que nous exploitions l'avantage initial acquis au niveau des communications en cherchant sans cesse à faire accepter par l'opinion publique la position du gouvernement fédéral à la fin de l'été, durant l'automne et l'hiver. Les détracteurs seront désavantagés par l'effet de surprise, gênés par la nécessité d'approuver nombre des initiatives prises dans le cadre de cette politique, et peut-être même déconcertés par notre propre charivari.

Il est clair que la campagne publicitaire vise également les députés à la Chambre des communes. Il est de plus évident que la période visée comprend la période actuelle juste avant et après l'exposé de la politique énergétique. A ces deux points de vue, la campagne publicitaire du gouvernement répond, de toute évidence, à certains des critères justifiant le recours à la question de privilège que Votre Honneur a signalés.