

codes volontaires qui ont été promulgués par Radio-Canada et l'A.C.R., de les incorporer dans la loi sur la radiodiffusion afin qu'il n'existe aucun doute quant à la responsabilité des radiodiffuseurs dans ce domaine primordial. Ils sauraient alors quelles sont leurs responsabilités précises et seraient mieux en mesure de comprendre ce que l'on attend d'eux. Je ne crois pas que nous puissions prendre les mesures nécessaires dans le domaine de la publicité destinée aux enfants si nous nous en remettons aux contrôles exercés par l'industrie même. J'estime qu'il est nécessaire d'incorporer ces règlements à la loi du pays.

Je ne veux pas être excessif ou arbitraire en imposant un fardeau injuste aux entreprises, aux agences publicitaires ou aux réseaux. Je propose seulement que les codes qu'ils ont eux-mêmes établis fassent partie de la loi. Ce n'est sûrement pas trop demander. Je propose en outre le renvoi du bill à l'un des comités permanents de la Chambre, le comité de la radiodiffusion, ou celui de la santé, du bien-être social et des affaires sociales, ou le comité qui s'occupe habituellement des affaires des consommateurs.

Il serait peut-être plus pratique de demander que le gouvernement propose le renvoi. Le comité pourrait alors entendre des témoins des groupes de consommateurs, de l'industrie, des agences de publicité, du gouvernement et des réseaux de radiodiffusion. Il pourrait évaluer les témoignages et proposer au gouvernement des règlements définis à inclure dans la loi sur la radiodiffusion. Éclairé par les représentants de ces divers groupes de la société et saisi de leurs points de vue, le comité serait certainement en mesure de trouver une solution efficace. Il importe que nous agissions ainsi et que nous prenions l'initiative car nous devons faire face à une crise sérieuse dans ce domaine. En fin de compte, qu'y a-t-il de plus important que le bien-être de nos enfants?

Des voix: Bravo!

Mme Grace MacInnis (Vancouver-Kingsway): Monsieur l'Orateur, je me réjouis de pouvoir prendre la parole aujourd'hui à l'appui de la résolution inscrite au nom du député de Saint-Jean-Est (M. McGrath). La chose est bien plus grave que la plupart des gens ne croient. Cela remonte loin. Je regrette que le ministre de la Consommation et des Corporations (M. Basford) n'ait pas pu être des nôtres aujourd'hui. Nous avons cru qu'il y serait pour écouter notre version de l'histoire.

Quand nous étions, lui et moi, membres du comité mixte de la Chambre et du Sénat qui a mené, il y a quelques années, une enquête sur les prix, nous avons beaucoup travaillé sur la publicité et la question que pose la publicité à l'égard des enfants a été soulevée à maintes reprises. Comme l'a indiqué le député de Saint-Jean-Est, elle portait sur des produits comme les céréales, les jouets et ainsi de suite, au sujet desquels les annonceurs pratiquaient, pour le dire clairement, un lavage de cerveaux des bébés, pour qu'ils poussent leurs parents à acheter des marchandises que, dans bien des cas, les parents n'avaient ni le désir ni les moyens d'acheter. J'ai constaté que le ministre de la Consommation et des Corporations était à l'époque très conscient du besoin d'une réglementation dans ce domaine.

• (4.20 p.m.)

Le député qui vient de parler a fourni beaucoup de détails sur la réclame télévisée à l'intention des enfants. Le téléviseur devient de plus en plus, dans bon nombre de foyers, une sorte de gardien d'enfants à domicile. C'est

pourquoi, entre autres choses, je pense que les garderies et les crèches constituent une solution beaucoup plus acceptable.

Le ministre semble être disposé à accepter un code volontaire comme celui qu'a proposé l'Association canadienne des radiodiffuseurs. Les efforts volontaires de certains organismes pour se surveiller peuvent être utiles, mais nous constatons de plus en plus que lorsque l'intérêt individuel est en cause, la surveillance abandonnée au bon vouloir ne s'avère pas efficace. Le ministre lui-même a dû en arriver à cette conclusion. Au cours de l'année, le ministre a déposé un bill relatif à l'emballage et à l'étiquetage, et alors, les principaux conditionneurs ont protesté qu'ils étaient parfaitement en mesure de surveiller leur propre industrie sous ce rapport. Mais le ministre en est venu à comprendre que cette sorte de surveillance comporte de faciles échappatoires et laisse beaucoup à désirer; en conséquence, il a déposé son bill sur l'emballage et l'étiquetage.

Presque chacune des mesures législatives présentées par le ministre a suscité des cris d'angoisse dans le monde du commerce. Le ministre n'en a pas moins présenté son projet de loi, car il était convaincu que même si une réglementation volontaire peut être utile jusqu'à un certain point, elle n'est pas satisfaisante du point de vue du consommateur.

L'étiquetage des textiles a donné lieu à d'étranges situations. Le ministre a présenté un projet de loi pour rendre l'étiquetage des textiles obligatoire quant à la qualité des fibres, mais il s'en est tenu à la réglementation volontaire en ce qui concerne l'étiquetage quant à l'entretien de l'article. Autrement dit, même si on exige que la qualité des fibres soit indiquée, une fois l'article acheté, on laisse aux acheteuses le soin de deviner la meilleure façon de le laver, de le repasser, de le dégraisser, etc. Je suis persuadée que d'ici un an, le ministre va être obligé de prendre une seconde mesure et de rendre l'étiquetage obligatoire quant à l'entretien. Je reçois bien des plaintes au sujet de cet étiquetage insuffisant que permet le système actuel de réglementation volontaire.

L'examen du code publié par l'Association canadienne des radiodiffuseurs révèle certaines causes de mécontentement. L'Association n'entend pas supprimer la publicité commerciale des émissions pour enfants. Elle précise que les messages publicitaires devraient respecter le pouvoir et l'imagination d'un enfant et ne devraient pas exagérer l'aspect du service, du produit ou de la prime ou stimuler chez les enfants des espérances déraisonnables dans son comportement. Qu'entend-on exactement par «exagérer les services» et par «stimuler les espérances déraisonnables» chez l'enfant? Je trouve ces termes très intéressants.

Elle parle ensuite d'éviter d'exercer des pressions indues sur les parents. Qu'entend-on par pressions indues? Songe-t-on à un enfant qui harcèle ses parents dans un magasin de jouets pour qu'ils lui achètent un jouet dispendieux parce qu'on lui a lavé le cerveau à la télévision? Le code est rempli de termes tendencieux de ce genre qui sont très difficiles à définir.

Je crois que le ministre devra traiter ce code de la réclame de la même façon qu'il a traité certaines situations similaires. Il devra voir à ce qu'on ne permette pas à des groupes intéressés à réaliser des bénéfices par la vente d'appliquer eux-mêmes les règlements qu'ils ont établis contre eux-mêmes. On en verra un bon exemple sous peu quand le ministre présentera sa mesure législative pour interdire l'utilisation de tissus inflammables dans la confection des vêtements pour enfants, parce