

l'âge de 20 ans ils pourront ne jamais fumer à l'âge adulte. Il faut donc amener ces jeunes à éviter la cigarette. Voilà comment nous devrions orienter notre programme de santé. Il faudrait insister sur le fait que de fumer n'est pas un signe de virilité ou de distinction comme les publicitaires aimeraient le leur faire croire.

Je passe maintenant à la situation économique de l'industrie du tabac au Canada mentionnée par le député de Norfolk-Haldimand et celui de Saint-Boniface (M. Guay). Je parle de la discussion au comité permanent au cours de laquelle on a proposé l'interdiction immédiate des annonces de cigarettes. Elle devait s'appliquer à la télévision et à la radio, mais pas aux journaux et aux périodiques. Alors qu'une réclame-éclair à la télévision ou à la radio pouvait être interdite, la grande annonce hors texte, publiée dans un journal qui pouvait traîner à la maison pendant des jours, ne pouvait l'être.

Si nous convenions—et j'y souscrirais—que toute la réclame du tabac devrait être bannie, ce serait une chose. Cependant, ici à la Chambre des communes, nous laissons entendre qu'un secteur des media doit être défavorisé. A mon avis, ce serait fort injuste, ce serait de la discrimination contre la radio et la télévision. Je voudrais que nous adoptions notre bill, de façon à éliminer effectivement toute réclame ou que nous reconsidérerions notre attitude de discrimination envers un secteur des media.

Le 1^{er} janvier 1972, le code de publicité de la cigarette du Conseil canadien des fabricants de tabac est entré en vigueur. La réclame de la cigarette a cessé à la radio et à la télévision en conformité de ce code. En d'autres termes, l'industrie du tabac a accepté l'invitation et a décidé de consacrer son budget de publicité à des media autres que la radio et la télévision. Pendant que nous y sommes,

examinons l'ensemble de la situation. La câblotélévision est naturellement en voie de devenir un médium vital pour les habitués canadiens de la télévision. Nous voyons la publicité en provenance des États-Unis. Les dollars des sociétés canadiennes destinés à la publicité pourraient bien dans un avenir assez prochain prendre le chemin du marché de la publicité américain. Bien entendu, les cigarettes, le tabac et d'autres articles qui, à notre avis, ne devraient pas être utilisés ou vendus au Canada sont l'objet de publicité de la part des compagnies de télévision américaines. Je lance cet appel en ce qui concerne ce genre de publicité en m'appuyant sur la règle du jeu et sur le fait que les Canadiens ne devraient pas, à mon avis faire preuve de discrimination dans ce domaine.

Je voudrais en terminant réaffirmer mon opposition à toute publicité en faveur de l'usage du tabac. Nous devrions continuer à favoriser autant que possible l'enseignement de l'hygiène. Nous devrions avoir davantage confiance en notre jeunesse. Bien que nos efforts ne soient jamais entièrement couronnés de succès parce que nous vivons en pays libre et que nous jouissons de la liberté qu'il nous assure, je crois qu'avec l'attitude appropriée, nous serions en mesure de restreindre l'usage de la cigarette et d'éliminer progressivement l'habitude, de façon à ne pas bouleverser trop radicalement l'économie de l'industrie du tabac au Canada.

M. l'Orateur: A l'ordre. Je remarque qu'il y a encore certains de nos éminents collègues qui désirent participer au débat, mais malheureusement l'heure réservée aux mesures d'initiative parlementaire est écoulée.

Comme il est 5 heures, la Chambre s'ajourne jusqu'à 2 heures lundi après-midi.

(A 5 heures, la séance est levée d'office, en conformité du Règlement.)