

En somme, l'amendement motivé du député ne renferme aucune proposition qui s'oppose au principe du projet de loi dont nous sommes saisis, ou qui en diffère. Pour ces diverses raisons, je ne peux l'accepter. Permettez-moi toutefois d'ajouter en conclusion que j'espère que les députés comprendront que si la présidence a consacré plus de temps qu'elle ne l'aurait dû aux arguments présentés, c'était dans l'espoir que les députés auraient bientôt, dans les mois à venir, l'occasion d'examiner de nouveau la question des amendements motivés. Indépendamment de la décision que je rends maintenant, j'invite les députés à examiner cette question une autre fois plutôt que par rapport à un amendement dont est saisie la Chambre à l'égard d'un bill précis. Je le répète, pour ce qui est de l'amendement, la présidence ne peut l'accepter. Cette décision se fonde avant tout sur le Règlement actuel de la Chambre, sur les précédents, et sur les décisions prises auparavant. C'est le seul moyen, à moins de modifier le Règlement de la Chambre, de préserver notre institution.

[Français]

M. René Matte (Champlain): Monsieur le président, l'honorable député de Don Valley (M. Kaplan) aurait un bref discours de quatre ou cinq minutes à faire. Je serais disposé à lui céder mon temps de parole à la condition d'être reconnu à 2 heures.

[Traduction]

M. Robert P. Kaplan (Don Valley): Monsieur l'Orateur, j'appuie ce bill et je m'en réjouis. Je dirai aux députés que la campagne électorale que j'ai faite moi-même en 1968 et qui a été très coûteuse m'a appris qu'il n'est pas besoin de dépenser autant d'argent pour se faire élire. Je sais pour ma part qu'avec plus de soin, une meilleure planification et un peu plus de vigilance du côté des dépenses, je pourrais refaire aujourd'hui ma dernière campagne pour environ la moitié de ce qu'elle m'a coûté alors. Quoi qu'il en soit, une campagne électorale coûte de l'argent et c'est ce que le public et la presse semblent avoir de la difficulté à accepter. Par exemple, dans ma propre circonscription électorale qui sur le plan démographique se place au Canada au cinquième rang, il en coûte \$7,200, seulement en timbres-poste, pour envoyer une lettre à chaque électeur. Le bill que nous étudions nous permettrait de dépenser légalement \$37,000 pour les articles spécifiés et j'estime que ce montant est plus que suffisant pour quiconque veut se faire connaître et communiquer son programme. Je ne m'excuse nullement de ce que ma campagne électorale de 1968 m'a coûté. Je n'ai enfreint ni loi ni coutume. Ma comptabilité était exacte. L'argent provenait de personnes qui m'appuyaient, de libéraux de ma circonscription électorale et de mon parti. Aucun des cotisants ne m'a demandé de comptes. Je ne les connais même pas tous.

Des dépenses d'élection élevées nuisent au régime. Elles encouragent la notion erronée que la politique est un jeu de riches. Les députés savent combien d'entre nous à la Chambre sont riches comme on l'entend normalement. L'accusation est donc erronée. Mais les campagnes coûteuses tendent à fausser la vérité. J'ignore si ce projet de loi s'appliquera aux prochaines élections. J'espère que oui car le droit à un remboursement partiel et à des dégrèvements fiscaux pour les cotisants serait souhaitable. Si j'ai pris la parole aujourd'hui c'est pour déclarer ceci: que le bill s'applique ou non, j'en respecterai les dispositions relatives aux limites fixées aux dépenses électorales, à leur divulgation et à leur vérification, à condition que mon

[M. l'Orateur suppléant.]

adversaire conservateur fasse de même. J'estime que c'est là une mesure constructive, qui sera bien accueillie par les électeurs de Don Valley, et que mon adversaire devrait voir d'un bon œil. Merci.

[Français]

M. Matte: Monsieur le président, puis-je signaler qu'il est 1 heure.

M. l'Orateur suppléant (M. Boulanger): Comme il est 1 heure, je quitte maintenant le fauteuil.

(La séance est suspendue à 1 heure.)

REPRISE DE LA SÉANCE

La séance reprend à 2 heures.

• (1410)

M. René Matte (Champlain): Monsieur le président, en écoutant hier l'exposé de l'honorable ministre, parrain de ce projet de loi, j'ai eu une lueur d'espoir, vu que le ministre semblait avoir une attitude souple et ouverte aux suggestions ou aux amendements susceptibles d'être proposés au cours de l'étude de ce projet de loi. Me fiant à l'honnêteté du ministre, je crois qu'il y aura lieu d'accepter à l'égard de cette loi certaines suggestions essentielles, de même que certains amendements.

Le président du Conseil privé (M. MacEachen) a parlé de la proximité d'élections générales et de l'impossibilité que ce projet de loi ait quelque efficacité avant la tenue du prochain scrutin.

Monsieur le président, devant cette affirmation du ministre, il y aurait peut-être lieu de se demander si l'on n'aurait pas dû s'arrêter davantage à l'amendement proposé hier par l'honorable député d'Hillsborough (M. Macquarrie). En effet, s'il n'y a pas d'urgence particulière à adopter ce projet de loi, qui ne serait pas applicable aux prochaines élections générales, pourquoi ne pas en retarder l'étude afin de la parfaire davantage et permettre qu'une analyse plus spécifique en soit faite, pour qu'on ne soit pas amené, encore une fois, à revenir continuellement sur cette loi.

Monsieur le président, lorsqu'on parle d'une loi qui modifie la loi électorale du Canada et celle de l'impôt sur le revenu à l'égard des dépenses d'élections, on touche au problème fondamental de la démocratisation des élections, c'est-à-dire de la démocratie tout court, puisque les élections sont le point de départ de la démocratie. Donc, si un tel projet de loi est conçu en fonction d'une véritable démocratisation, il devrait avoir comme principe de base de donner véritablement à tous les partis politiques et à tous les candidats une chance égale de faire valoir leurs opinions.

Cette chance égale, monsieur le président, est essentielle, si l'on veut que la démocratie règne d'une meilleure façon en ce pays, car on sait par expérience que la publicité tapageuse et intensive peut fausser l'opinion de l'«électorat».

Monsieur le président, pour citer quelques exemples concrets, on sait fort bien qu'à force d'annoncer, à la télévision, à la radio ou dans les journaux, telle marque de savon pour laver la vaisselle, toutes les femmes se mettent à acheter ce savon-là, tout simplement parce qu'elles en ont entendu le nom très souvent ou qu'elles ont vu l'an-