

BILLS PUBLICS

LA LOI DES ALIMENTS ET DROGUES

MODIFICATION CONCERNANT LA LISTE DES INGRÉDIENTS

M. Max Saltsman (Waterloo) propose la 2^e lecture et le renvoi au comité permanent de la santé, du bien-être social et des affaires sociales du bill n° C-12, visant à modifier la loi des aliments et drogues (liste des ingrédients).

—Monsieur l'Orateur, ce projet de loi a été présenté pour la première fois en 1966 à la demande pressante d'un grand nombre de gens qui m'avaient écrit, comme ils avaient écrit aux autres députés, pour m'indiquer leurs difficultés concernant l'identification des ingrédients que renfermaient des aliments et drogues auxquels ils étaient allergiques. Le projet de loi a pour but, comme l'indiquent les notes explicatives, de modifier la loi des aliments et drogues en exigeant des producteurs des aliments et des drogues vendus sur le marché canadien qu'ils donnent, la liste exacte et complète de tous les ingrédients, dans la mesure du possible, sur les étiquettes de leurs produits.

Nous autres Canadiens, nous n'insistons pas assez là-dessus, d'où un certain nombre d'anomalies. Par exemple, les aliments fabriqués aux États-Unis et exportés au Canada par la compagnie-mère d'une succursale de ce pays portent une étiquette exacte car le gouvernement américain a adopté une loi plus progressive, à cet égard, que la nôtre. Il en résulte une situation bizarre: des produits qui se ressemblent, au point d'être parfois presque identiques, sont souvent dépourvus de la liste des ingrédients s'ils sont fabriqués au Canada, alors qu'ils la donnent s'ils sont fabriqués aux États-Unis. D'autre part, dans certains cas, les fabricants canadiens vendent leurs produits au Canada sans donner la liste des ingrédients, car le gouvernement ne les y oblige pas. Mais quand le même produit est destiné à l'exportation ils se donnent un mal énorme pour que cette liste figure sur l'étiquette conformément aux désirs du pays importateur. Il faut régler cette affaire.

Les consommateurs canadiens, notamment ceux qui souffrent d'allergies, ont droit aux renseignements qui revêtent pour eux de l'importance, et c'est pourquoi je présente le bill n° C-12 à la Chambre. Certains députés ont appris que j'allais le faire et ils m'ont écrit pour m'assurer de leur appui. Certains d'entre eux connaissent personnellement les difficultés que cause aux victimes des allergies un étiquetage insuffisant.

[M. l'Orateur suppléant.]

Il y a dans le pays beaucoup de victimes d'allergies fort diverses. Je n'ai pas l'intention, ce soir, de les analyser non plus que les complications qu'elles engendrent; tous, nous les connaissons de façon générale. Notre entourage nous a rendus conscients du problème. Nous fréquentons tous des personnes qui doivent acheter judicieusement les aliments destinés à leurs enfants, à cause de l'allergie de ceux-ci à certaines choses. Nous avons mangé au restaurant avec des amis qui devaient interroger le garçon ou le cuisinier sur presque tous les plats qu'ils avaient commandés. Nous n'y pouvons pas grand-chose, mais les gens ne passent pas tout leur temps à manger dans les restaurants. Nous pouvons, par contre, aider grandement ceux qui font leur propre cuisine et qui doivent savoir exactement ce qu'ils achètent.

Ce qui ajoute à l'acuité du problème à notre époque, c'est que l'épicier du coin, ami du consommateur, se fait rare. Il fut un temps où l'on pouvait demander au commis, dans une petite épicerie: «Dis-moi, Henri, avec quoi c'est fait?», et en général, on obtenait une réponse. On pouvait même poser la question au pharmacien du coin ou au marchand de poissons, et l'on pouvait se faire une assez bonne idée de ce qu'on achetait. Mais aujourd'hui, la mode est au libre-service. Il n'y a plus de dialogue. Au super-marché, on se sert de sur les rayons.

Malheureusement, les fabricants de denrées alimentaires ne se soucient plus autant de nos jours de renseigner le public sur leurs produits que le petit marchand d'autrefois. Leur principale préoccupation est d'attirer le public, de présenter des étiquettes ou des emballages aux couleurs voyantes, pour que le consommateur s'empare instantanément de ce qu'il désire. Les psychologues industriels ont déclaré à nos fabricants que leurs produits doivent attirer davantage l'attention que les autres. Ils se montrent très réticents pour ce qui est de renseigner le public sur la composition des produits. Comme le remarquait un exploitant de supermarché à un comité de la Chambre: «Il ne faudrait pas supprimer le merveilleux de la vie en donnant trop de détails sur les produits.» A mon avis, il y a un peu trop de merveilleux dans nos supermarchés. On a trop mis l'accent sur les avantages psychiques, sur la «réclame tapageuse», comme on décrit poliment les techniques employées. Il est grand temps que nos consommateurs soient renseignés comme ils y ont droit.

● (5.00 p.m.)

Comme je l'ai dit, la présentation du bill fait suite aux lettres pressantes que j'ai reçues de mes électeurs et de tiers. Nombre