

L'ajournement

les recettes qu'elle réalise grâce à la distribution des journaux pour entrer en concurrence avec ces derniers, en soulignant le fait qu'il en coûtera moins à l'annonceur. Elle dit au chef de petite entreprise qu'il peut épargner de l'argent s'il lui confie sa publicité plutôt qu'à un hebdomadaire local. C'est criminel, monsieur le Président. La Chambre devrait immédiatement demander au ministre chargé des Postes canadiennes d'inviter fortement le président de cette société à mettre fin immédiatement à cette pratique et à laisser tomber la distribution de cet opuscule publicitaire.

• (1805)

[Français]

M. Carlo Rossi (secrétaire parlementaire du ministre d'État (Multiculturalisme)): Monsieur le Président, le député d'Athabasca (M. Shields) a demandé au ministre, la semaine dernière, pourquoi les Postes canadiennes entrent en concurrence directe avec les petits hebdomadaires en vendant de l'espace publicitaire dans les opuscules devant être imprimés et distribués par les Postes canadiennes à tous ceux qui reçoivent du courrier.

Le député n'a sans doute pas oublié l'adoption, il y a déjà deux ans, d'une loi créant la Société canadienne des postes. La Société est désormais une entreprise à caractère commercial et, en effet, la loi précise que «dans l'exercice de sa mission, la Société veille à l'autofinancement de son exploitation.»

On ne doit donc pas s'étonner du fait que les Postes canadiennes et les employés fassent des efforts pour augmenter les revenus en offrant à la population les divers services qu'ils peuvent rendre.

J'aimerais donc consacrer quelques instants à expliquer au député ce qu'est la Médiaposte ainsi que les immenses services que les Postes canadiennes rendent à la population canadienne avec la collaboration des entreprises commerciales et canadiennes.

Monsieur le Président, ce n'est pas d'hier seulement que les entreprises commerciales font connaître leurs produits et leurs services grâce au service postal. Bien avant la création de nombreux journaux, petits et grands, des hommes d'affaires entrepreneurs se sont mis à se servir de la poste pour faire connaître leurs produits.

Considérée comme le meilleur moyen de commercialiser un produit, la vente par correspondance permet d'éliminer le processus complexe de la distribution inhérent à la vente au détail des marchandises fabriquées en série. Par exemple, le plus bel étalage n'est plus nécessaire pour faire face à la concurrence. A toutes les étapes du processus: production, planification et contrôle du stock, distribution, commercialisation, et ainsi de suite, le procédé est basé entièrement sur la relation directe avec l'utilisateur.

De la même façon, dans le cas de la commercialisation d'un service, l'assurance par exemple, l'entreprise bénéficie de la rentabilité de la Médiaposte parce qu'elle n'a pas à payer le coût élevé des visites personnelles. La rentabilité augmente, car la Médiaposte permet d'éliminer les clients non profitables et de concentrer tous les efforts pour effectuer des ventes personnalisées s'adressant à ceux qui répondent à l'invitation d'écrire pour demander de plus amples renseignements et qui semblent donc prêts à acheter.

Si l'on considère la Médiaposte comme un important moyen de commercialiser un produit, il n'y a pas de limite à son utilisation. Son application n'est limitée que par l'imagination et l'esprit novateur des utilisateurs. Les mêmes exigences commerciales fondamentales s'appliquent à la Médiaposte, un produit qui peut être commercialisé et un marché. La Médiaposte est simplement un moyen publicitaire par lequel le produit peut être vendu et distribué sur le marché.

A titre de moyen publicitaire, cela ne sera pas long, monsieur le Président, la Médiaposte joue le rôle essentiel de canal permettant à l'annonceur de communiquer ou de diffuser le message publicitaire. La poste atteint directement le destinataire et permet à l'annonceur de choisir parmi les diverses applications de la Médiaposte.

En terminant, monsieur le Président, le maître de poste qui vend la Médiaposte et les autres produits et services de son employeur, loin de mériter le blâme, mérite au contraire des félicitations. Il donne l'exemple d'un homme d'affaires moderne, dynamique, entreprenant. En agissant ainsi, il contribue au succès de la Société qui assure un service essentiel auprès de tous les Canadiens.

• (1810)

[Traduction]

L'AGRICULTURE—L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS CHIMIQUES EN MESURES MÉTRIQUES ET IMPÉRIALES. B) ON DEMANDE D'ÉTUDIER LA QUESTION AVEC LES ORGANISATIONS AGRICOLES

M. Doug Neil (Moose Jaw): Monsieur le Président, le gouvernement a forcé il y a plusieurs années les fabricants de produits chimiques à usage agricole à cesser d'étiqueter leurs produits en mesures impériales pour les étiqueter en mesures métriques seulement. Il en est résulté une certaine confusion, monsieur le Président, car le matériel d'épandage, comme la plupart des agriculteurs le savent, est fabriqué selon des normes impériales. Or, lorsqu'un agriculteur a en main une boîte de produit chimique dont l'étiquette n'est rédigée qu'en mesures métriques, il lui faut faire toute une série de calculs complexes pour établir la quantité exacte qu'il doit épandre sur ses cultures. Des erreurs surviennent, monsieur le Président, de nombreuses erreurs, et les dommages causés aux cultures peuvent se révéler très onéreux.

Un article du *Globe and Mail* du 22 décembre rapportait que la Fédération ontarienne de l'agriculture avait demandé au gouvernement provincial de donner les mesures tant impériales que métriques dans ses guides d'utilisation des produits chimiques. La Fédération ontarienne de l'agriculture a par la suite présenté des instances au ministre de l'Agriculture (M. Whelan), en vain, semble-t-il.

Fait intéressant à noter, le même article du *Globe and Mail* du 22 décembre rapportait qu'un certain Donald Crowe, de Wallaceburg, avait failli perdre toute sa récolte d'avoine parce que lui et un chercheur provincial n'avaient pas bien opéré la conversion de litres à l'hectare en gallons à l'acre pour établir la quantité d'un pesticide à épandre. Ils étaient sur le point d'en appliquer deux fois et demie la quantité voulue. Si quelqu'un de la station de recherche ne l'avait pas appelé à temps, il aurait détruit sa récolte.

Vendredi dernier, monsieur le Président, j'ai posé une question au ministre de l'Agriculture. Il s'agissait en fait d'un rappel d'une question que je lui avais soumise il y a plusieurs mois.