

L'ajournement

expliquer pourquoi il insiste à annoncer cette TPS de façon trompeuse.

Monsieur le Président, je voudrais vous citer la question que j'ai posée à la Chambre le 1^{er} juin 1990. En résumé, la question était de savoir pourquoi le gouvernement ne retirait pas les annonces sur la TPS que je qualifiais de trompeuses. Le ministre du Revenu national me disait, et je cite: «Je voudrais tout simplement ajouter pour la gouverne du député et de tous les députés que la TPS n'est pas une nouvelle taxe même dans le secteur des services».

[Traduction]

Je continue ma lecture. Ce jour-là, le ministre a répondu à une question posée à propos de la publicité fausse et trompeuse de son gouvernement en ces termes:

Monsieur le Président, nous avons fait une analyse très approfondie de ces annonces avant de les rendre publiques, en particulier après la décision de la présidence il y a quelques mois à propos d'une autre annonce dont le député est au courant.

En fait, le gouvernement nous disait que les annonces radiophoniques du gouvernement conservateur n'étaient pas fausses et trompeuses. Nous parlons maintenant des annonces radiophoniques.

Ces «messages publicitaires» puisque tel est leur nom, ont été diffusés dans tout le Canada et M. Paul Tuz du Bureau d'éthique commerciale de la région du Grand Toronto s'en était plaint auprès du CRTC.

Vous me connaissez, monsieur le Président, parfois je décide également de m'attaquer à ces défis. J'ai donc résolu d'écrire à la Fondation canadienne de la publicité.

Je me suis dit: «Au cas très improbable où quelqu'un penserait que je ne suis pas parfaitement objectif», ce qui n'est pas le cas, mais à supposer que certains le pensent, me suis-je dit, «je vais laisser un arbitre indépendant en juger.»

«Le Conseil des normes de la publicité de la Fondation canadienne de la publicité me paraît assez objectif, plus en tout cas que le ministère du Revenu national.» Écoutez sa réponse. Elle est datée du 2 août 1990. Elle dit:

Cher monsieur,

La Fondation canadienne de la publicité a donné suite à votre plainte concernant la publicité du gouvernement du Canada relative à la taxe sur les produits et services.

La lettre disait également ceci:

La division des normes de la Fondation canadienne de la publicité a écrit au ministre des Finances le 13 juin 1990 pour l'informer des plaintes reçues au sujet de cette publicité et pour informer le ministère que les plaintes et la publicité en question feraient l'objet d'un examen par le Conseil des normes de publicité à sa réunion du 19 juillet 1990.

Ce jour-là, le Conseil des normes de la publicité a effectivement examiné l'annonce pour déterminer si elle était conforme au Code canadien des normes de publicité.

J'invite le secrétaire parlementaire à écouter attentivement la phrase qui suit. En voici le texte:

Le Conseil a jugé que deux des messages publicitaires intitulés «Avenir» et «Les consommateurs» violaient l'article 1 du Code canadien des normes de la publicité.

Un organisme indépendant a jugé que ma plainte était justifiée et que la réponse que le ministre m'a donnée le 1^{er} juillet était mauvaise.

Le secrétaire parlementaire peut-il nous dire s'il pense que la Fondation canadienne des normes de la publicité, le Conseil des normes de la publicité et 85 p. 100 de Canadiens ont tort et que le ministre a raison?

M. Ross Reid (secrétaire parlementaire du ministre des Pêches et des Océans): Monsieur le Président, je remercie mon collègue d'en face de m'inviter à prendre la parole.

Le député de Glengarry—Prescott—Russell s'est dit préoccupé par ce qu'il appelle «la campagne publicitaire de 14 millions de dollars pour promouvoir la redoutable TPS». Avant de répondre aux préoccupations du député, je voudrais souligner que la publicité faite au sujet de la TPS en mai et en juin, à la radio et dans les journaux, a coûté environ 3,5 millions de dollars.

• (1805)

Comme l'a dit le député dans sa question, M. Paul Tuz, président du Bureau d'éthique commerciale de la région du grand Toronto, a demandé au CRTC de supprimer des ondes les annonces publicitaires du gouvernement, car on estimait qu'elles renfermaient une phrase trompeuse, et je cite: «Il ne s'agit pas d'une taxe additionnelle.»

Le Bureau d'éthique commerciale soutient que les services ne sont pas actuellement assujettis à une taxe de vente fédérale, mais qu'ils seront taxés sous le régime de la TPS. Le bureau considère donc que la TPS est une taxe additionnelle sur les services et non une taxe de remplacement.