

Un sous-amendement présenté au comité stipule que les nouveaux panneaux publicitaires et nouvelles affiches portant le nom d'un produit du tabac devront comporter la mise en garde que pourra prescrire le gouvernement.

Les commerces portant un nom comme «Tabagie» pourront continuer à porter ce nom indéfiniment, mais le nom du commerce ne pourra être utilisé en association avec une publicité concernant un produit du tabac.

Au comité législatif, les bénéficiaires du parrainage de manifestations sportives et culturelles par les fabricants de produits du tabac ont exprimé leurs inquiétudes à l'égard des restrictions frappant l'utilisation du nom d'un produit du tabac, même si bon nombre d'entre eux étaient favorables au projet de loi. Le projet de loi adopté le 31 mai permet de continuer à appliquer les accords de parrainage par utilisation du nom d'un produit de tabac qui étaient en vigueur au 25 janvier 1988, mais sans dépasser la valeur de ce parrainage en 1987. Les fabricants peuvent donc dépenser pour ces activités le même montant total qu'en 1987, et ils ne pourront continuer à le faire que dans la mesure prévue dans les conditions établies dans les contrats existants au 25 janvier 1988. Ces parrainages ne doivent cependant s'accompagner d'aucune représentation du symbole ou du produit du tabac du fabricant. Un parrainage illimité utilisant le nom intégral du fabricant est permis à condition que les fonds dépensés à cet égard ne s'ajoutent pas à un parrainage existant utilisant le nom d'un produit du tabac. Cette restriction maintient le plafonnement du financement pour les activités de parrainage utilisant le nom d'un produit du tabac.

Les dispositions relatives au parrainage visent à limiter le parrainage utilisant les noms de produits du tabac, à des conditions moins susceptibles d'encourager la consommation de ces produits.

Parmi les autres dispositions importantes du projet de loi, il y a l'interdiction de distribuer gratuitement des échantillons de produits du tabac et de recourir à des réductions, des prix, des concours ou d'autres trucs publicitaires.

Les marques ne peuvent pas être utilisées sur des articles autres que des produits du tabac, sauf lorsqu'elles y sont déjà ou que la commande a été passée avant la date de la première lecture du projet de loi. Il existe une autre exception pour les sociétés établies qui ont déjà toute une gamme d'articles autres que des produits du tabac portant la marque utilisée sur les cigarettes.

Les avertissements concernant les risques pour la santé seront obligatoires pour la première fois et ils seront prescrits par le gouvernement; cette disposition accorde par ailleurs l'autorisation d'exiger que des prospectus détaillés soient glissés dans le paquet afin de fournir plus de détails aux consommateurs sur la nocivité du produit.

Une des raisons avancées pour justifier cette disposition est que la liste des substances dangereuses et toxiques est tellement longue qu'il serait impossible de l'imprimer intégralement sur l'emballage. Aussi, il faut l'indiquer sur un prospectus. C'est ce que l'on fait déjà pour les médicaments sur ordonnance.

Des messages de mise en garde pour la santé peuvent être imprimés sur l'emballage de tous les produits du tabac. C'est une innovation. Les substances toxiques contenues dans le

tabac doivent être déclarées aux autorités fédérales et la liste doit être lisible sur l'emballage. Espérons que cette disposition mettra un terme à un avertissement ridicule comme celui qui est imprimé actuellement et qui dit ceci: «Santé et Bien-être social Canada considère que le danger pour la santé croît avec l'usage—éviter d'inhaler.» Cette nouveauté permettra aussi d'avertir les consommateurs que le tabac produit un effet d'accoutumance et que sa consommation risque de causer des maladies comme le cancer du poumon, des maladies cardiovasculaires ou d'endommager le fœtus voire de provoquer un avortement spontané si la future mère fume.

Une autre disposition du projet de loi maintient la responsabilité civile des fabricants de produits du tabac pour la sécurité de ces produits. La loi ne peut peut-être pas être considérée comme un moyen de défense dans un procès en responsabilité civile, c'est-à-dire que l'obligation de mettre des avis sur les risques pour la santé sur l'emballage de tous les produits du tabac n'empêcherait pas les tribunaux de décréter que les fabricants peuvent demeurer responsables envers les consommateurs pour les risques que comportent leurs produits.

Honorables sénateurs, je voudrais faire deux autres observations au sujet de ce projet de loi.

Certains arguments intéressants ont été avancés au comité pour réfuter ceux des personnes qui prétendent, comme le feront certainement les fabricants de tabac devant les tribunaux, que le projet de loi ministériel ne respecte pas les dispositions de la Charte des droits et libertés portant sur la liberté de parole, arguments auquel les sénateurs deviennent de plus en plus sensibles et qu'ils connaissent de mieux en mieux. Je vais me contenter d'en répéter certains. Le droit à la liberté de parole ne l'emporte certainement pas sur le droit à la santé, a-t-on dit en comité; sur le droit des familles de ne pas souffrir; sur le droit d'un enfant de ne pas être involontairement maltraité à cause de la fumée ni sur le droit d'une personne de ne pas devoir subir la pollution atmosphérique due à la fumée.

Il existe actuellement certaines limites à la liberté de parole et surtout dans le domaine commercial, c'est-à-dire dans la publicité. Tant pour des raisons d'éthique professionnelle que pour des raisons d'ordre légal, les médecins ne peuvent pas vanter les services qu'ils offrent au public. La loi interdit de prôner le suicide ou de promouvoir des drogues comme l'amphétamine, dont beaucoup ne créent pas plus de dépendance que le tabac. Il est permis de vendre des médicaments d'ordonnance, mais il est interdit d'en faire la promotion auprès du grand public. La liberté de parole ne s'exerce pas sans contrainte dans une société démocratique à cause des abus qu'on peut en faire. M. David Hill, vice-président national de la Société canadienne du cancer, l'a bien dit, à la page 16-103 des délibérations du comité chargé du projet de loi C-51:

L'industrie du tabac fonde son objection au projet de loi C-51 sur la liberté d'expression... Elle essaie de nous faire croire que la suppression progressive de la publicité sur les produits du tabac constitue une atteinte à la liberté des consommateurs. Il existe des précédents juridiques dont elle ne tient aucun compte. D'autres mesures ont en effet été prises pour protéger le public contre des produits dangereux ou protéger les enfants contre la publicité parce qu'ils n'ont pas la maturité nécessaire pour en évaluer l'exactitude.