



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Débats de la Chambre des communes

VOLUME 147 • NUMÉRO 201 • 2^e SESSION • 41^e LÉGISLATURE

COMPTE RENDU OFFICIEL
(HANSARD)

Le lundi 27 avril 2015

—
Présidence de l'honorable Andrew Scheer

TABLE DES MATIÈRES

(La table des matières quotidienne des délibérations se trouve
à la fin du présent numéro.)

CHAMBRE DES COMMUNES

Le lundi 27 avril 2015

La séance est ouverte à 11 heures.

Prière

INITIATIVES PARLEMENTAIRES

• (1105)

[Traduction]

LA LOI SUR L'HYMNE NATIONAL

La Chambre reprend l'étude, interrompue le 23 février, de la motion portant que le projet de loi C-624, Loi modifiant la Loi sur l'hymne national (genre), soit lu pour la deuxième fois et renvoyé à un comité.

Mme Linda Duncan (Edmonton—Strathcona, NDP): Monsieur le Président, je suis ravie de prendre la parole pour appuyer le projet de loi d'initiative parlementaire C-624. Ce projet de loi vise à modifier un vers de notre hymne national afin d'en éliminer la distinction de genre. Il remplacerait « True patriot love in all thy sons command » par « True patriot love in all of us command ». Aucune modification ne serait apportée à la version française.

Les néo-démocrates sont d'ardents défenseurs de l'égalité des sexes. La mesure législative présentée par le député d'Ottawa—Vanier permettrait d'atteindre un objectif de longue date. Au fil des ans, de nombreux députés néo-démocrates ont présenté des projets à cet égard, dont Judy Wasylycia-Leis, Svend Robinson et, plus récemment, la députée de Vancouver-Est. Depuis 1980, pas moins de neuf projets de loi proposant qu'on apporte ce changement ont été déposés.

Il est vrai que la tradition revêt une grande importance, mais les valeurs d'égalité des sexes et d'inclusion ont évolué. Ce sont maintenant des principes fermement enchâssés dans la loi canadienne.

Nous interprétons l'hymne national du Canada pour témoigner l'attachement que nous éprouvons tous à l'endroit de notre pays, ainsi que de ses valeurs, principes et réalisations. En 1908, lorsque la version anglaise de notre hymne national a été rédigée, les femmes n'avaient pas encore obtenu le droit de vote. Beaucoup de choses ont changé depuis. En effet, les femmes ont enfin été reconnues comme des personnes sur le plan juridique, ont obtenu le droit de vote et le droit de se présenter à des postes électifs et peuvent dorénavant jouer un rôle beaucoup plus important au sein de l'armée.

Je suis fière de faire partie du caucus ayant le plus gros pourcentage de femmes au Parlement fédéral. Je suis aussi ravie de constater que plus de 60 % des candidats néo-démocrates aux élections qui se déroulent actuellement en Alberta sont des femmes. Une chef solide et éloquente a incité ces femmes à se présenter.

Ces changements symboliques sont importants, mais nous sommes conscients que l'égalité des sexes ne deviendra véritablement une réalité que lorsque les gouvernements parviendront à combler l'écart entre les sexes en matière d'accès aux possibilités d'éducation et d'emploi. Pour atteindre cet objectif, il faut mettre en place un réseau de garderies universellement accessibles, favoriser l'équité salariale et adopter une stratégie nationale pour mettre fin à la violence faite aux femmes.

La version française de notre hymne national n'a pas changé depuis 1880, tandis que la version anglaise, quant à elle, a été modifiée à maintes reprises. En 1913, on a modifié la version originale, qui était neutre et inclusive, en remplaçant les paroles « dost in us command » par « in all thy sons command ». Comme les paroles de notre hymne national ont été inscrites officiellement dans une loi, tout changement à celui-ci doit être adopté par le Parlement.

En 2010, dans le discours du Trône, le premier ministre s'est engagé à modifier l'hymne national afin de le rendre plus inclusif, mais il a par la suite manqué à cette promesse. Depuis, de nombreuses personnes ont réclamé que notre hymne national tienne compte du rôle que les femmes jouent aujourd'hui, notamment Sally Goddard, la mère de la première femme militaire tuée en Afghanistan.

Le Canada prétend être un chef de file mondial pour ce qui est du nombre de femmes au sein de ses forces armées et des domaines dans lesquels elles travaillent. Selon le site Web du ministère de la Défense nationale, les Forces armées canadiennes jouissent d'une excellente réputation en ce qui concerne l'intégration des sexes. Selon le ministère, les femmes peuvent maintenant exercer toutes les professions au sein des Forces armées canadiennes, et toutes les possibilités de carrière sont fondées uniquement sur le grade, les compétences et le mérite, et non sur le sexe.

Les femmes font partie des Forces armées canadiennes et contribuent à l'histoire et au patrimoine militaires de notre pays depuis plus de 100 ans. C'est donc pour cette raison qu'il est encore plus inadmissible que nous soyons revenus à ces paroles discriminatoires. De nombreux Canadiens seront peut-être étonnés d'apprendre qu'un très grand nombre de femmes ont servi pendant la Seconde Guerre mondiale et que bon nombre d'entre elles ont accompli des tâches non traditionnelles.

Initiatives parlementaires

Depuis 1971, dans la foulée des recommandations de la Commission royale d'enquête sur la situation de la femme au Canada, le ministère a accru les perspectives d'emploi des femmes dans les forces armées. Après l'entrée en vigueur de la Loi canadienne sur les droits de la personne et de la Charte canadienne des lois et libertés, le rôle joué par les femmes au sein des Forces armées s'est considérablement accru. À l'heure actuelle, les femmes participent à diverses opérations sur la scène mondiale, qu'il s'agisse de missions de maintien de la paix ou encore de missions d'aide humanitaire. D'ailleurs, certaines se trouvent sans doute au Népal aujourd'hui. Nous sommes de tout coeur avec la population de ce pays, et nous lui viendrons en aide dans le cadre d'opérations visant à garantir la stabilité, la sécurité et la paix.

Selon le site Web de la Défense nationale:

Bien que les FAC ne recensent pas le sexe des militaires déployés, on peut affirmer sans se tromper qu'il y a de bonnes chances pour que des femmes participent à la majorité de nos missions.

L'histoire des femmes dans le service militaire canadien fait partie intégrante de notre patrimoine militaire national et les réalisations des femmes contribuent à l'intégration complète et équitable des femmes dans notre société et nos institutions nationales.

Quel que soit leur genre, leur groupe ethnique, leur religion ou leur culture, les militaires des FAC partagent les mêmes objectifs: protéger le Canada, ses intérêts et ses valeurs et contribuer à la paix et à la sécurité dans le monde.

La proportion de femmes au sein de son armée et les domaines dans lesquels elles peuvent servir font du Canada un chef mondial dans ce domaine. En effet, nos alliés ont en haute estime les Forces armées canadiennes (FAC), qu'ils considèrent à l'avant-garde en matière d'intégration des femmes dans l'armée.

En parlant de ce projet de loi, le député conservateur de Richmond Hill a affirmé que le gouvernement avait renoncé à apporter le changement annoncé à l'hymne national parce qu'un sondage qu'il avait mené sur cette question en 2013 révélait une forte opposition à cette initiative. Cependant, un sondage effectué en 2015 a montré que 40 % des répondants étaient très favorables à l'idée d'éliminer toute distinction de genre de l'hymne national, 18 % y étaient quelque peu favorables et seulement 13 % s'y opposaient fermement. Il y a donc eu un revirement important de l'opinion publique au cours des deux dernières années.

Il est temps que notre hymne national reflète le véritable rôle joué par les Canadiennes dans l'édification et la protection de notre pays.

L'hon. Carolyn Bennett (St. Paul's, Lib.): Monsieur le Président, c'est un honneur de prendre la parole au sujet de ce projet de loi, intitulé Loi modifiant la Loi sur l'hymne national visant à éliminer toute distinction de genre. Ce projet de loi vise à modifier légèrement la version anglaise uniquement, en remplaçant « True patriot love in all thy sons command » par « True patriot love in all of us command ». Ainsi, on ne changerait que deux mots: « thy sons » deviendrait « of us ».

Il y a beaucoup de raisons pour lesquelles nous croyons qu'il serait préférable de chanter « in all of us command ». Nous aimons notre pays et tous ses habitants. Notre hymne est important et nous voulons qu'il s'applique clairement à tous les Canadiens. Nous sommes tous fiers de chanter l'*O Canada* et ses paroles devraient représenter tous les Canadiens.

Certes, les deux mots que nous voulons intégrer à notre hymne sont courts, mais ils revêtent un sens important: ils auront pour effet que l'hymne national tienne aussi compte des plus de 18 millions de Canadiennes. Après 1908, le juge Robert Stanley Weir avait modifié son poème en 1913, 1914 et 1916. En 1913, il a modifié la deuxième ligne de la version anglaise, qui est devenue « True patriot love in all thy sons command ». Nombreux sont ceux qui croient que ce changement découle des événements qui ont précédé la Première

Guerre mondiale, à laquelle des hommes et des femmes du Canada ont fièrement participé. Nous rendons hommage aux hommes canadiens qui se sont battus pour la liberté sur ces champs de bataille. Nous honorons la mémoire de tous ces hommes et de tous ceux qui sont décédés. Nous leur rendons hommage dans notre hymne national. Or, les femmes canadiennes ont aussi servi durant la Première Guerre mondiale, non pas en tant que soldats, mais bien à d'autres titres — surtout comme infirmières —, et bon nombre d'entre elles sont mortes pendant la guerre. Nous avons honoré leur mémoire dans le Hall d'honneur du Parlement; par contre, nous ne leur avons pas rendu hommage dans notre hymne national.

En 1927, à l'occasion du 60^e anniversaire de la Confédération, le gouvernement a accepté que la chanson du juge Weir soit chantée dans les écoles et au cours d'événements publics, mais il a conservé la deuxième ligne de la version de 1913, et non celle de la version originale de 1908, qui était neutre. Par ailleurs, d'autres mots ont été changés en 1927, puis encore une fois en 1980, lorsque l'hymne national a été promulgué. En effet, la Loi sur l'hymne national a été présentée et adoptée, puis elle a reçu la sanction royale au cours de la même journée, le 27 juin 1980. Cela s'est fait si rapidement que les parlementaires n'ont pas eu assez de temps pour s'attarder à certains aspects problématiques de l'hymne national, notamment le fait que la version anglaise n'est pas inclusive.

Par ailleurs, la condition féminine a beaucoup évolué depuis que la version anglaise de l'hymne du Canada a été masculinisée, en 1913. En 1918, les femmes ont obtenu pour la première fois le droit de voter aux élections fédérales, grâce au gouvernement de sir Robert Borden. Les premières élections fédérales canadiennes où les femmes ont pu voter et se porter candidates ont eu lieu en 1921. Cette année-là, Agnes Macphail a été élue à la Chambre des communes et est devenue la première députée au Parlement du Canada.

En 1929, dans l'affaire « personne », plaidant pour la reconnaissance des femmes en tant que personnes et, donc, leur admissibilité à une nomination au Sénat, les Célèbres cinq ont obtenu gain de cause. S'est ensuivie, quelques mois plus tard, en 1930, l'assermentation de la première sénatrice du Canada, Cairine Wilson. En 1947, alors que moins d'une minute s'était écoulée depuis le début de l'année et l'entrée en vigueur de la Loi sur la citoyenneté canadienne, un premier citoyen canadien de naissance a vu le jour, une petite fille nommée Nicole Cyr-Mazerolle.

Le Collège militaire royal du Canada a commencé à admettre des étudiantes en 1980. De nos jours, les femmes peuvent être soldats. L'une d'elles, Mme Christine Whitecross, vient d'ailleurs d'être promue major-général.

L'adoption de la Charte canadienne des droits et libertés, en 1982, a marqué le début de l'application progressive et rigoureuse du principe de l'égalité entre les hommes et les femmes, qui est d'ailleurs garanti par cette même Charte. Nous ferions un geste symbolique très important en adaptant notre hymne pour qu'il soit conforme à la Charte.

Souvenons-nous qu'aux Jeux olympiques d'hiver de 2010, qui avaient lieu à Vancouver, les athlètes canadiennes ont remporté plus de médailles que leurs compatriotes masculins.

Initiatives parlementaires

La campagne *Restore Our Anthem*, lancée en 2013, vise à ce qu'on remplace les mots « *thy sons* » par les mots « *of us* » dans la version anglaise de l'hymne national. La liste des personnalités qui appuient cette campagne est impressionnante. L'ancienne première ministre Kim Campbell, l'auteure de renommée internationale Margaret Atwood, la sénatrice Nancy Ruth et l'ancienne sénatrice Vivienne Poy y ont toutes donné leur appui. L'honorable Belinda Stronach et Jacquelin Holzman, ancienne mairesse d'Ottawa, chantent déjà « *all of us* », tout comme plusieurs députés, dont moi.

• (1110)

Lowell Green, animateur d'une émission à CFRA, a dit au député d'Ottawa—Vanier qu'il appuyait la modification. Maureen McTeer, avocate et auteure canadienne, épouse du très honorable Joe Clark, a envoyé un mot de soutien au député. Ed Broadbent, ancien député et chef du NPD, a, lui aussi, confirmé son appui, et l'ex-sénateur conservateur Hugh Segal se range du même côté.

Nous avons beaucoup évolué. Les Canadiennes ont remporté de grandes victoires. Il faut les reconnaître pleinement. Notre hymne national ne devrait pas taire la contribution sans cesse croissante de 52 % de notre population. Des gens de tous les coins du pays sont favorables à ce que propose le projet de loi.

Nous le savons parce que nous avons des chiffres. Les résultats du sondage de la société Mainstreet Technologies diffèrent considérablement de ceux qui ressortent du sondage effectué par le gouvernement en octobre 2013 parce qu'un vocabulaire approprié y est employé. Les réponses fournies par plus de 5 000 Canadiens aux questions posées montrent un appui massif au remplacement des mots « *in all thy sons command* » par les mots « *in all of us command* » dans la version anglaise de l'hymne national. En effet, 58 % des Canadiens approuvent quelque peu ou fortement la modification, alors que 19 % seulement s'y opposent quelque peu ou vivement. La marge d'erreur est de 1,35 %, 19 fois sur 20. On peut voir les questions et les résultats du sondage à www.singallofus.ca.

La semaine dernière, mon collègue d'Ottawa—Vanier a demandé au gouvernement comment il pouvait justifier le fait de fonder sa décision sur les réponses à une question dans laquelle les paroles de l'hymne national sont mal citées. Comme d'habitude, on a fait preuve de mépris en éludant la question.

C'est le sondage souvent cité de Forum Research, effectué en 2013, qui est le point litigieux. Une erreur s'est glissée dans les paroles originales figurant dans la question formulée par Forum, qui demandait aux Canadiens s'ils étaient favorables à une modification des paroles actuelles dans la version anglaise de l'hymne. Même le *Toronto Star* n'a pas remarqué, au moment de rendre compte de ces données, que les paroles exactes de la version anglaise sont « *all thy sons command* » et non « *all her sons command* », comme les deux organismes voudraient nous le faire croire. Le sondage Forum demandait, à tort, à un échantillon représentatif de Canadiens leur opinion sur le remplacement des paroles « *all her sons command* » par « *all of us command* » dans la version anglaise de l'hymne national.

Nous entreprenons aujourd'hui la deuxième heure de débat sur ce projet de loi et nous espérons que, le mercredi 29 avril, une majorité de députés votera en faveur de la modification de la version anglaise de l'*Ô Canada* pour y inclure tous les Canadiens. C'est la chose à faire.

• (1115)

M. Rick Dykstra (secrétaire parlementaire de la ministre du Patrimoine canadien, PCC): Monsieur le Président, j'interviens

aujourd'hui pour parler du projet de loi C-624, Loi modifiant la Loi sur l'hymne national (genre).

Les paroles officielles sont fondées sur un poème écrit par le juge Robert Stanley Weir en 1908. Bien que des changements aient été apportés au poème original avant l'adoption de l'hymne national, il convient de mentionner que la version anglaise n'a pas été modifiée depuis son adoption. Le projet de loi C-624 propose de modifier la version anglaise de l'hymne national en supprimant les mots « *thy sons* » et en y insérant les mots « *of us* ». Ce passage a été ajouté en 1914 par l'auteur d'origine, Robert Stanley Weir, et est demeuré inchangé depuis 100 ans.

Les paroles de l'*Ô Canada* sont symboliques. Les Canadiens accordent de l'importance à l'hymne national dans sa forme actuelle. Non seulement l'*Ô Canada* est-il une source de fierté et le reflet de notre pays, mais les Canadiens l'aiment tel qu'il est, car il fait partie de notre histoire.

Selon des études, l'hymne national continue d'inspirer un sentiment de fierté et d'appartenance. Un sondage effectué en 2012 a révélé que 78 % des Canadiens croient que notre hymne national est une grande source de fierté. Selon un autre sondage effectué la même année, 74 % des Canadiens croient que c'est notre hymne national qui reflète le mieux l'identité canadienne. L'hymne national est un symbole canadien très important.

D'autres sondages ont révélé que la majorité des Canadiens sont contre l'idée de modifier l'hymne national pour le rendre neutre. Selon une étude réalisée en 2013, 65 % des Canadiens s'opposent à ce changement, y compris 61 % des femmes interrogées. Seulement 25 % des Canadiens étaient pour l'idée de modifier l'hymne national pour le rendre neutre.

Le parrain du projet de loi a indiqué, à juste titre, que ce sondage employait l'expression « *her sons* » plutôt que « *thy sons* ». Il a raison, mais, selon son raisonnement, les Canadiens auxquels on a posé la question par téléphone se sont opposés au changement parce qu'ils ont immédiatement cru que c'était une allusion à notre reine. Étant donné que, lors d'un sondage souvent cité qui a été mené en 2002, seulement 5 % des Canadiens savaient que notre chef d'État était la reine, ce raisonnement est signe que le député exagère quelque peu l'importance de ce facteur. Il n'en demeure pas moins que le sondage de 2013 visait principalement à demander aux Canadiens s'ils voulaient un hymne national neutre, et 65 % des Canadiens ont répondu non. D'ailleurs, 61 % des femmes interrogées ont répondu qu'elles ne voulaient pas d'un hymne national neutre.

En appuyant le projet de loi, nous risquerions de laisser entendre que le point de vue des Canadiens nous indiffère et que le Parlement ne souhaite pas les écouter. L'*Ô Canada* est un hymne national, et le Parlement ne devrait pas en changer les paroles sans avoir l'appui de tous les Canadiens.

Je ne suis pas du tout d'accord avec la députée néo-démocrate de Vancouver-Est, qui nous a dit, au cours de l'heure de débat précédente, que l'*Ô Canada* était « *inacceptable* ». C'est le mot qu'elle a employé. Or, voici une citation qui a été attribuée à la personne assise à côté d'elle, le chef de l'opposition:

Je pense qu'essayer de modifier un symbole institutionnel comme l'hymne national est une entreprise risquée [...] Nous nous sommes entendus, semble-t-il, sur les versions anglaise et française actuelles, et je pense que c'est probablement une bonne chose.

Initiatives parlementaires

Je n'oserais pas dire dans cette enceinte que je suis d'accord avec le chef de l'opposition sur beaucoup de sujets, mais il a raison dans le cas qui nous intéresse présentement. Il devrait faire connaître ses objections à la députée de Vancouver-Est, elle qui a dit en février que s'opposer à l'hymne national allait de soi.

Peu importe l'opinion, favorable ou défavorable, que l'on peut avoir sur le changement proposé des paroles, qualifier l'hymne national « d'inacceptable » dépasse les bornes. L'hymne national est une source de fierté pour les Canadiens de partout au pays. Le chef du parti de la députée lui-même qualifie l'hymne national de « merveilleux ». Il a déclaré que l'hymne ne devait pas être modifié et que les Canadiens y attachent de l'importance.

Bien que la députée de Vancouver-Est ait droit à son opinion sur l'hymne national du Canada, elle devrait présenter ses excuses à la Chambre et retirer le qualificatif qu'elle a employé pour le décrire.

• (1120)

Je ne peux imaginer un seul autre Parlement ou Chambre des représentants du monde, quel que soit le pays, où un député oserait ainsi critiquer l'hymne national de son pays.

Le gouvernement s'est engagé à rendre hommage aux femmes qui ont contribué, individuellement ou collectivement, à faire du Canada le pays fort, fier et libre qu'il est aujourd'hui. Chaque année, diverses activités commémoratives, comme la Journée internationale de la femme, le Mois de l'histoire des femmes et la remise des Prix du gouverneur général en commémoration de l'affaire « personne », permettent aux Canadiens de saluer la manière remarquable dont les femmes contribuent à toutes les facettes de la vie canadienne. Les initiatives de commémoration des deux guerres mondiales mettent par exemple l'accent sur le rôle inestimable que les femmes ont joué dans les efforts militaires du pays.

Le Canada profite du Mois de l'histoire des femmes pour saluer et célébrer la manière fondamentale dont les Canadiennes ont contribué à bâtir notre pays. Pendant tout un mois, nous rendons hommage aux Canadiennes en faisant ressortir leurs réalisations dans toutes sortes de disciplines, de la politique au sport en passant par la médecine, les affaires, l'éducation et j'en passe. Et c'est sans parler des exploits des Cinq femmes célèbres, j'ai nommé Emily Murphy, Nellie McClung, Henrietta Muir Edwards, Louise McKinney et Irene Parlby. La détermination avec laquelle elles ont lutté pour l'égalité a inspiré les générations qui les ont suivies. Des statues ont d'ailleurs été érigées en leur honneur juste à l'est de l'édifice où nous nous trouvons, sur la Colline du Parlement.

Le gouvernement a fait beaucoup de choses pour souligner la contribution et les réalisations des Canadiennes et faire ressortir le rôle essentiel qu'elles jouent dans la société.

Je crois à l'égalité des sexes, tout comme les députés des deux côtés de la Chambre. Nous levons notre chapeau aux réalisations aussi nombreuses qu'incroyables des Canadiennes au fil de notre histoire. Je suis cependant loin d'être convaincu que nous leur rendrions hommage en modifiant les paroles de notre hymne national, et la majorité des Canadiens — et même des Canadiennes — pensent comme moi.

Si nous appuyions le projet de loi, nous ouvririons grand la porte à quiconque souhaiterait ensuite le modifier. Nous ouvririons la proverbiale boîte de Pandore et affaiblirions du même coup la valeur symbolique de notre hymne. Comme les Canadiens se sont clairement dits contre un éventuel changement, je voterai contre le projet de loi.

Je comprends ce qui a amené le parrain de cette mesure à la proposer. Le gouvernement a d'ailleurs proposé un changement semblable lors du discours du Trône de 2010, et les Canadiens ont fortement réagi à l'époque. Bien que certains députés de l'opposition aiment prétendre, à l'occasion, que le gouvernement n'est pas à l'écoute de la population, dès que nous avons vu comment les gens réagissaient au changement proposé, nous les avons écoutés. Je rappelle que cela se déroulait peu après les Jeux olympiques de Vancouver, un événement couronné de succès, dont les Canadiens étaient très fiers. On avait beaucoup chanté l'hymne national partout au pays. La légère modification que nous proposons a causé des remous, tout comme celle que propose maintenant le député. Nous avons compris, à l'époque, que l'hymne national était sacré pour les Canadiens et qu'il ne fallait absolument pas le modifier.

Les paroles de l'Ô Canada sont riches de symboles et profondément ancrées dans les traditions. Elles inspirent beaucoup de fierté aux Canadiens. Nous avons la responsabilité de préserver et de protéger les symboles nationaux. L'hymne national fait partie de ces symboles. On ne devrait pas modifier les paroles d'un hymne que les gens connaissent par cœur et qui est chanté chaque jour des centaines de fois à la grandeur du pays. Tous les citoyens canadiens savent ce que représente notre hymne national; ils le comprennent et y sont attachés. Ils savent qu'il est important de ne pas modifier ce symbole qu'est l'hymne national.

Très peu de pays modifient ce symbole qu'est leur hymne national. Si on ouvre la porte aux modifications, différents groupes de personnes réclameront différents changements. Selon moi, la meilleure façon de conserver à notre hymne national son symbolisme et son importance, c'est de n'y rien changer. Tout le monde comprend l'Ô Canada, sait ce qu'il représente et aime l'entonner.

• (1125)

Le vice-président: Le député d'Ottawa—Vanier a maintenant cinq minutes pour répliquer.

L'hon. Mauril Bélanger (Ottawa—Vanier, Lib.): Monsieur le Président, j'ai écouté attentivement les propos du secrétaire parlementaire et j'ai noté quelques erreurs.

Il a affirmé que l'hymne national est resté inchangé depuis 100 ans, ce qui est exact. La version anglaise de 1908 a toutefois été modifiée en 1914. La version originale comprenait le mot « us ». Par conséquent, il n'est pas tout à fait exact de dire que l'hymne est le même depuis 100 ans, puisque la version anglaise a subi plusieurs modifications durant cette période. Le député a donc tort lorsqu'il dit une telle chose.

Nos symboles sont appelés à évoluer, tout comme notre société. Voici deux exemples.

En 1921, le roi George V a ajouté la feuille d'érable à nos armoiries, parce qu'elle était devenue un symbole respecté des Canadiens. En 1965, le Canada a changé son drapeau. Ce sont là deux symboles extrêmement importants pour le pays qui ont évolué en fonction de la société canadienne.

Ce qui semble échapper au député, c'est que d'énormes progrès ont été réalisés dans notre société au chapitre de l'égalité des sexes dans les 100 dernières années; il y a eu, parmi tant d'autres, la Charte de 1982. Ce qu'il dit est donc erroné, et il est plutôt étrange de fonder sa position sur un sondage dans lequel les paroles de l'hymne national sont mal citées. Le sondage de 2013 disait: « True patriot love in all her sons command. » En réalité, c'est « thy sons, » et non « her sons ». La maison de sondage devrait reconnaître son erreur ou bien, si ce n'était pas une erreur, reconnaître qu'elle a sciemment mal cité les paroles de notre hymne national dans une question qu'elle a posée aux Canadiens.

Les chiffres cités par le gouvernement sont erronés; j'espère que mes collègues en sont venus à comprendre qu'il faut faire les choses correctement pour bien refléter l'opinion des Canadiens. J'ai moi-même commandé un sondage, effectué par Mainstreet Technologies; la plupart de mes collègues l'ont reçu, et ses résultats sont très différents car les paroles y ont correctement été citées. Les réponses fournies par plus de 5 000 Canadiens démontrent que la proposition voulant changer les paroles de « all thy sons command » à « in all of us command » jouit d'un grand appui. En effet, 58 % des répondants sont favorables ou très favorables à l'initiative, et seulement 19 % d'entre eux y sont peu favorables ou très peu favorables.

Il ne faut pas oublier qu'en 1980, l'hymne national a été approuvé en une seule journée à la Chambre et au Sénat. Le gouvernement libéral de l'époque — je tiens à mettre de côté la partisanerie parce que cet enjeu est important — s'était engagé à réviser l'hymne au cours de la session suivante. L'honorable Ed Broadbent et le regretté Walter Baker, qui représentaient deux partis distincts, étaient d'accord pour inclure « all of us ». La sénatrice Florence Bird partageait cet avis, et le gouvernement avait confirmé qu'il apporterait cette modification. Or, cela n'a jamais été fait.

Il est vrai que neuf projets de loi à cet égard ont été présentés, mais il s'agit du premier qui sera mis aux voix. J'espère que les députés se montreront dignes du véritable esprit des Canadiens et tiendront compte de l'évolution de notre société en se prononçant en faveur de ce projet de loi.

J'aimerais donner un exemple. Les événements du 22 octobre ont déclenché toute une gamme d'émotions, mais les mots utilisés par les parlementaires le lendemain reflétaient l'évolution de notre société. Treize députés ont pris la parole à la Chambre, y compris le Président, afin de féliciter les hommes et les femmes qui, la veille, s'étaient courageusement portés à notre défense. Ces députés représentaient les circonscriptions de Papineau, de Haute-Gaspésie—La Mitis—Matane—Matapédia, d'Ahuntsic, d'Edmonton-Centre, de Renfrew—Nipissing—Pembroke, de Brandon—Souris, de Durham, de Surrey-Nord, de Northumberland—Quinte West, de Lotbinière—Chutes-de-la-Chaudière, de Yukon et de Burnaby—New Westminster — le Président était aussi du nombre.

Je tiens à féliciter ces députés d'avoir transmis aussi efficacement nos remerciements aux hommes et aux femmes qui font partie de nos services de sécurité. Il est important de favoriser l'inclusion. N'oublions pas que, en 1914, les soldats canadiens étaient tous des hommes. Ce n'est plus le cas de nos jours. N'oublions pas non plus que ce n'est qu'en 1980 que la Chambre et le Sénat ont commencé à embaucher des femmes au sein des forces de sécurité parlementaires. Soyons justes et incluons les femmes dans notre hymne national. Interprétons maintenant une version anglaise qui comprend les paroles « all of us ».

Initiatives ministérielles

En terminant, j'aimerais remercier les députés de prendre le temps de réfléchir à un hymne national inclusif et j'espère obtenir leur appui à l'égard d'une mesure qui aurait dû être adoptée depuis longtemps.

● (1130)

Le vice-président: Le vote porte sur la motion. Plaît-il à la Chambre d'adopter la motion?

Des voix: D'accord.

Des voix: Non.

Le vice-président: Que tous ceux qui sont en faveur de la motion veuillent bien dire oui.

Des voix: Oui.

Le vice-président: Que tous ceux qui s'y opposent veuillent bien dire non.

Des voix: Non.

Le vice-président: À mon avis, les non l'emportent.

Et cinq députés ou plus s'étant levés:

Le vice-président: Conformément à l'article 93 du Règlement, le vote par appel nominal est reporté au mercredi 29 avril, immédiatement avant la période réservée aux initiatives parlementaires.

SUSPENSION DE LA SÉANCE

Le vice-président: Comme il est 11 h 34, la séance est suspendue jusqu'à midi, heure ordinaire des initiatives ministérielles.

(La séance est suspendue à 11 h 34.)

REPRISE DE LA SÉANCE

(La séance reprend à 11 h 59.)

INITIATIVES MINISTÉRIELLES

● (1200)

[Traduction]

TRAVAUX DES SUBSIDES

MOTION DE L'OPPOSITION — LES PUBLICITÉS GOUVERNEMENTALES

M. David McGuinty (Ottawa-Sud, Lib.) propose:

Que la Chambre: a) reconnaisse que (i) depuis 2006, le gouvernement a dépensé près de 750 millions de dollars en publicité, (ii) une vaste partie de cette publicité était partisane et ne visait aucun objectif d'intérêt public, (iii) il s'agit d'un affront pour les contribuables qui gagnent durement leur argent et qui s'attendent à ce que le gouvernement gère respectueusement cet argent; par conséquent, que la Chambre b) demande au gouvernement de soumettre toute la publicité à un processus d'examen par un tiers, pour approbation, pour veiller à ce que les fonds publics soient dépensés de façon adéquate, proportionnelle et prudente.

— Je me réjouis d'avoir l'occasion de prendre la parole ce matin au sujet de cette motion de l'opposition très importante, qui est présentée par le Parti libéral du Canada. Je suis très heureux de lancer le débat d'aujourd'hui, car c'est un moment très important pour tous les parlementaires, quelle que soit leur allégeance politique. Je reviendrai sur le sujet dans quelques instants, mais je tiens à souligner que nous avons aujourd'hui l'occasion d'agir comme le souhaitent les Canadiens et d'apporter des améliorations dans un domaine qui doit être amélioré. D'ailleurs, je crois que tous les parlementaires peuvent s'unir pour améliorer l'un des systèmes de dépenses du gouvernement fédéral.

Initiatives ministérielles

J'aimerais d'abord remercier mon chef, le député de Papineau, de son intégrité, de son soutien, de son engagement à l'égard de la transparence et de sa détermination à améliorer les choses. Quels qu'aient été les pratiques ou la conduite des gouvernements précédents, nous avons aujourd'hui l'occasion d'apporter des améliorations en ce qui concerne les publicités et les communications gouvernementales.

Je veux prendre un instant pour relire la motion afin que les Canadiens puissent en prendre pleinement connaissance. Elle se lit comme suit:

Que la Chambre: a) reconnaisse que (i) depuis 2006, le gouvernement a dépensé près de 750 millions de dollars en publicité, (ii) une vaste partie de cette publicité était partisane et ne visait aucun objectif d'intérêt public, (iii) il s'agit d'un affront pour les contribuables qui gagnent durement leur argent et qui s'attendent à ce que le gouvernement gère respectueusement cet argent; par conséquent, que la Chambre b) demande au gouvernement de soumettre toute la publicité à un processus d'examen par un tiers, pour approbation, pour veiller à ce que les fonds publics soient dépensés de façon adéquate, proportionnelle et prudente.

J'ai toujours cru que tous les parlementaires avaient l'obligation de faire tout en leur pouvoir pour raffermir la confiance du public envers nos institutions et nos processus démocratiques. La motion déposée ici aujourd'hui s'appuierait sur cette notion simple, mais forte, et elle se fonde sur une idée simple et puissante: le respect des deniers publics et le respect de l'intelligence des Canadiens.

Nous avons appris pas plus tard que ce mois-ci que l'origine du slogan « fort, fier et libre », qui envahit les ondes télévisuelles canadiennes, est considérée comme un « secret du Cabinet » et ne pourra pas faire l'objet d'un examen public pendant 20 ans. Cela nous indique que le Cabinet s'occupe des communications, des activités de sensibilisation, de la diffusion de messages et de l'harmonisation avec les priorités politiques gouvernementales. Il n'y a pas de meilleure preuve que la politique gouvernementale est fondée sur des slogans. Le gouvernement utilise ouvertement et publiquement des slogans, mais il garde secrets les renseignements qui s'y rattachent. C'est insensé.

Il est temps d'adapter au XXI^e siècle les règles régissant les publicités gouvernementales fédérales, et il existe une solution. En plus de cette motion, j'ai présenté, le 24 octobre 2013, le projet de loi d'initiative parlementaire C-544, Loi visant à éliminer la publicité gouvernementale partisane.

•(1205)

[Français]

Mon projet de loi modifie la Loi sur le vérificateur général, afin de prévoir la nomination d'un commissaire à la publicité pour superviser l'utilisation des fonds publics consacrés à la publicité. Comme en Ontario, les annonces d'intérêt public et d'autres publicités gouvernementales essentielles ne seront pas visées. Nommer un commissaire à la publicité accroîtra la responsabilité à l'égard de tous les Canadiens. Mon projet de loi fera l'objet d'un débat le 2 juin, et j'espère que tous les partis l'appuieront.

[Traduction]

Au cours des dernières années, j'ai écrit, dans un esprit d'impartialité politique, à deux ministres des Finances consécutifs et je leur ai offert mon projet de loi, afin qu'ils en fassent une politique gouvernementale. La mise en oeuvre de cette proposition budgétaire n'aurait rien coûté ou presque. Malheureusement, ils n'ont pas donné suite à cette proposition constructive qui aurait fait économiser des millions de dollars aux contribuables et dont la mise en oeuvre n'aurait presque rien coûté.

De plus en plus de personnes réclament maintenant des mesures.

J'aimerais citer un article publié plus tôt ce mois, plus précisément le 5 avril 2015, dans le *Toronto Star*:

Utiliser l'argent des contribuables pour persuader les Canadiens par la ruse de voter conservateur lors des prochaines élections fédérales est un peu fort. En Ontario, le bureau du vérificateur général doit approuver toutes les publicités gouvernementales afin de s'assurer qu'elles ne font pas la promotion d'un parti politique en particulier. Le gouvernement fédéral devrait faire la même chose. Il devrait suivre l'exemple de l'Ontario — et, du même coup, il devrait réduire certaines de ses dépenses publicitaires. [Le député d'Ottawa-Sud], qui parraine un projet de loi d'initiative parlementaire qui mettrait en place une surveillance de la publicité fédérale, fait valoir que les publicités gouvernementales — avec leurs couleurs bleues et leurs symboles conservateurs — sont ni plus ni moins de la « propagande ». Il a raison. Il faut instaurer une surveillance indépendante des dépenses publicitaires du gouvernement. Le gouvernement doit réduire ses dépenses dans ce domaine avec la même vigueur avec laquelle il a aboli tant d'initiatives valables. Il ressort de documents obtenus par CTV News que [le premier ministre] prévoit dépenser 7,5 millions de dollars en mai seulement pour promouvoir son soi-disant Plan d'action économique. La nouvelle campagne publicitaire sera diffusée juste après la publication du budget, le 21 avril, et le gouvernement ne s'en excuse pas.

Les publicités gaspillent encore des fonds qui seraient mieux dépensés s'ils servaient à financer des services et des programmes importants. Les sommes servant à promouvoir le Plan d'action économique de cette année auraient été mieux dépensées si on les avait affectées à des mesures améliorant la sécurité ferroviaire, basées sur les leçons de la catastrophe de Lac-Mégantic.

Le bilan définitif de 2013-2014 illustre très bien ce fait. Au cours de cet exercice, le gouvernement a consacré 42 millions de dollars à la campagne de publicité du Plan d'action économique et seulement 34 millions de dollars à la sécurité ferroviaire. Le gouvernement a dépensé ces sommes tout en étant parfaitement conscient de la période de contraintes budgétaires en matière de ressources humaines, du manque d'inspecteurs, des problèmes de transport du pétrole par train, des dangers auxquels la population urbaine est exposée, et ainsi de suite. Voilà le genre de décisions que prend le gouvernement quand vient le temps de dépenser les fonds publics.

Le gouvernement aurait pu maintenir les activités de la Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie.

Il aurait pu décider de ne pas fermer de bureaux d'Anciens Combattants afin que les anciens combattants puissent recevoir les services dont ils ont besoin, après avoir servi le Canada comme ils l'ont fait.

Je ne suis pas en train de dire que les publicités fédérales n'ont pas leur place et qu'elles ne peuvent pas servir à informer les Canadiens des nouvelles politiques gouvernementales ou à annoncer des services publics. Dans ces cas-là, elle sont justifiées. Elles le sont lorsque les gouvernements doivent, par exemple, recruter des employés; lancer des appels d'offre afin de rénover un édifice, d'entretenir des routes, de fournir du soutien aux employés temporaires ou de renouveler le mobilier; et, surtout, d'informer les Canadiens lors de crises ou de problèmes majeurs en matière de santé, comme la crise du SRAS qui a touché le Canada il y a quelques années ou l'épidémie de H1N1. Il est tout à fait justifié que ces campagnes de publicité soient financées par des fonds publics.

•(1210)

Or, ce que nous constatons et ce que les Canadiens, surtout, constatent, c'est que la plupart des publicités du gouvernement sont conçues pour faire la promotion du Parti conservateur du Canada à des fins bassement électoralistes, tout simplement.

Initiatives ministérielles

La ressemblance entre les publicités partisans du Parti conservateur du Canada et les publicités du gouvernement — dans leur facture visuelle, dans leur palette — est indéniable. Les publicitaires le savent bien et ils nous confirment d'ailleurs que les publicités gouvernementales sont conformes aux publicités partisans que commande le Parti conservateur, qui, fondamentalement, triche ainsi avec les règles du jeu démocratique.

Au Canada, nous consacrons beaucoup de temps à aider des gouvernements étrangers, quoique peut-être pas assez, malgré tout, car j'aimerais que le Canada y voie un investissement. Quoi qu'il en soit, nous prenons le temps de montrer la voie aux démocraties naissantes et à de nouveaux partis politiques du monde entier. Le Canada fait figure d'exemple. Quiconque cherche un modèle de démocratie impartiale n'a qu'à penser au Canada.

Là où le bât blesse, c'est que l'on finance à même le Trésor public des publicités destinées à conditionner la population canadienne. Comment s'y prend-on? En diffusant des messages clairs et subliminaux. Pourquoi? C'est simple: l'objectif est d'accroître les chances de réélection du gouvernement. Les conservateurs le savent. Ils ne s'en cachent même pas. Ils ne le nient pas.

Voici quelqu'un d'autre qui abonde exactement dans le même sens. Récemment, Errol Mendes, professeur de droit constitutionnel et international à l'Université d'Ottawa et rédacteur en chef du *National Journal of Constitutional Law*, a écrit ceci dans le *Globe and Mail*:

Maintenant au pouvoir — et en dehors de la période électorale — [le premier ministre] a trouvé le moyen d'inonder les médias de propagande partisane ce qui coûte des centaines de millions de dollars tirés à même les deniers publics. Comme nous vivons en démocratie, pareil subterfuge est également injuste avant des élections et le gouvernement [conservateur] mine alors de toute évidence la primauté du droit qui est essentielle à l'intégrité des élections. Concrètement, il a fait du gouvernement un tiers qui pourrait dépenser des millions de dollars, ce qui, dans une certaine mesure, rend illusoire les limites de la période électorale. Le Canadiens doivent dénoncer vivement cette pratique.

Le professeur Mendes ne va pas jusqu'à rappeler aux Canadiens que, avant d'accéder à ce poste, le premier ministre a contesté devant la Cour suprême les limites imposées à la publicité financée par des tiers pendant les cycles électoraux canadiens. Il a perdu sa cause, mais on constate maintenant que ce qui se produit est le fruit d'un subterfuge, pour reprendre les propos du professeur Mendes. Le premier ministre a recours à ce subterfuge afin d'utiliser les fonds publics pour en arriver à faire précisément ce qu'il a tenté de faire avec des fonds privés avant de devenir premier ministre.

[Français]

Selon Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, les dépenses fédérales sont toujours hors de contrôle. À preuve, le gouvernement a dépensé plus 75 millions de dollars en publicité en 2013-2014.

Les ministères les plus dépensiers sont Emploi et Développement des compétences Canada qui a dépensé 11,7 millions de dollars pour promouvoir ses programmes de formation; Ressources naturelles Canada qui a dépensé 11 millions de dollars pour une campagne de promotion du développement responsable des ressources; et le ministère des Finances qui a dépensé 10,5 millions de dollars pour le Plan d'action économique. Cette somme de 75,2 millions de dollars est en hausse de 9 % par rapport à l'exercice précédent

Devant des besoins si criants au pays, et devant des personnes âgées qui doivent décider entre se procurer des médicaments et faire l'épicerie, pas un seul député du gouvernement ne peut regarder ses électeurs droit dans les yeux et défendre ces dépenses inconsidérées consacrées à la propagande.

●(1215)

[Traduction]

Cette question mérite que je m'y attarde.

Vu les nombreux besoins que l'on observe au pays, comme les personnes âgées qui doivent choisir entre se procurer leurs médicaments ou de quoi manger, comme les délais d'attente qui augmentent pour les opérations chirurgicales, comme les enfants atteints de diabète de type 1 qui n'ont pas les moyens de se procurer une pompe à insuline, comme l'épuisement des infirmières oeuvrant en première ligne et comme l'état de délabrement des infrastructures, aucun député aux Communes, quel que soit son parti, ne saurait défendre, devant ses électeurs, la dilapidation des deniers publics pour cette propagande. Pas un seul.

Le gouvernement libéral de l'Ontario l'a compris. Il continue d'être le modèle à suivre dans ce dossier. Jeudi, il a présenté le budget de 2015 de l'Ontario à l'Assemblée législative de cette province, budget qui contient le passage suivant:

En vue d'accroître la transparence de ses communications par le truchement de la publicité et d'améliorer son processus d'examen de cette publicité, le gouvernement [de l'Ontario] proposera des modifications à la Loi de 2004 sur la publicité gouvernementale qui en moderniseraient et en élargiraient la portée.

Donc, c'est possible.

Les modifications proposées soutiennent l'engagement du gouvernement en matière d'ouverture, de transparence et de responsabilisation quant à la manière dont il exerce ses activités, notamment sa publicité.

Guidée par le rapport du directeur général des élections, la province entreprendra aussi de resserrer les règles visant la publicité électorale produite par les tiers pour veiller à la protection des intérêts du public.

En septembre, l'*Ottawa Citizen* nous apprenait que le gouvernement fédéral dépensait des millions de dollars pour cibler les Canadiens avec des annonces sur Facebook.

Lorsque le Parti libéral réclame un examen indépendant des dépenses de publicité, il veut que toutes les formes de publicité soient incluses: les annonces dans la presse écrite, les annonces vidéo ou audio, les panneaux publicitaires, les dépliants, les annonces sur Internet et, de plus en plus, les annonces dans les médias sociaux. Les conservateurs sont allés jusqu'à acheter de la publicité dans le système de jeux vidéo de la console Xbox, ce qui est sans précédent dans l'histoire du Canada, de la part de n'importe quel ordre de gouvernement.

Voici ce qu'écrit l'*Ottawa Citizen*:

Le gouvernement conservateur consacre des dizaines de millions de dollars chaque année à l'achat de publicité, ce qui amène les partis de l'opposition à l'accuser de gaspiller l'argent des contribuables pour de la propagande. Le blitz publicitaire comprend la diffusion d'annonces du gouvernement pendant les éliminatoires de la LNH, au prix de plusieurs millions de dollars.

Les Canadiens ne sont pas dupes. Ils sont de plus en plus las et hostiles à la vue des annonces du Plan d'action économique. Demandons-leur ce qu'ils pensent des 9 800 panneaux publicitaires disséminés un peu partout au pays et des 29 millions de dollars qu'ont coûté ces panneaux. Ottawa, la ville où je vis, a dû dépenser 50 000 \$ pour ériger de tels panneaux, car c'était une condition d'obtention des subventions pour les travaux d'infrastructure.

Que peut-on acheter avec 29 millions de dollars? On pourrait engager pour un an plus de 500 infirmières de la santé publique, fournir plus de 300 logements abordables aux Canadiens qui attendent désespérément d'obtenir un logement, ou acheter 15 000 doses de médicaments de chimiothérapie pour les Canadiens qui languissent dans l'attente d'un traitement contre le cancer. Voilà ce qu'on peut acheter avec 29 millions de dollars pour les Canadiens qui traversent une période difficile.

Initiatives ministérielles

D'ailleurs, le *Globe and Mail* a révélé que, selon huit sondages commandés par le ministère des Finances entre 2009 et 2012, les publicités à la télévision, à la radio, dans les imprimés et sur Internet commencent à perdre de leur efficacité, voire à agacer certaines personnes.

Selon les résultats du plus récent sondage, les répondants considèrent qu'il s'agit de propagande et d'un gaspillage d'argent, et de moins en moins de gens tirent parti des mesures offertes après avoir vu les publicités. Ce sont les résultats de sondages que le gouvernement a lui-même commandés.

Le gouvernement devrait peut-être écouter les contribuables canadiens et cesser de gaspiller leur argent pour des publicités partisans. Peut-être qu'il devrait également arrêter de faire de la publicité pour des programmes qui n'existent même pas, ce qui représente le plus récent rebondissement dans la saga des dépenses publiques à des fins partisans.

J'aimerais conclure en disant que nous avons tous la possibilité d'améliorer la façon dont les fonds publics sont gérés et affectés. Il s'agit d'une façon simple et ciblée de faire en sorte que les gouvernements de toutes les allégeances politiques traitent dorénavant l'argent des contribuables avec respect.

J'exhorte tous mes collègues à appuyer la motion du Parti libéral du Canada qui vise à s'attaquer à ce problème et à rendre justice aux Canadiens.

● (1220)

Mme Lois Brown (secrétaire parlementaire du ministre du Développement international, PCC): Monsieur le Président, je trouve un peu fort de voir les libéraux présenter une telle motion.

Je me permettrai de lire le passage suivant:

Cette Enquête a été déclenchée à la suite des sérieuses problématiques soulevées dans le Rapport de la vérificatrice générale à la Chambre des communes concernant le programme de commandites et les activités publicitaires du gouvernement du Canada. Selon ce Rapport, il y aurait eu des accrocs au niveau des systèmes de contrôle interne, un manque de documentation appropriée justifiant les dépenses de fonds publics, le paiement de sommes d'argent importantes à des intérêts privés sans contrepartie équivalente, une violation systématique des règles applicables incluant celles de la Loi sur la gestion des finances publiques, l'absence d'un processus de sélection dans le choix des agences de publicité, et un contournement du processus parlementaire.

Le député n'a-t-il pas entendu parler du programme des commandites? Où diable sont les 40 millions de dollars que le Parti libéral doit aux contribuables canadiens? Voilà en quoi consiste le contrôle responsable des deniers publics. Les libéraux doivent rembourser ce qu'ils doivent.

M. David McGuinty: Monsieur le Président, je remercie la secrétaire parlementaire du ministre du Développement international de sa question. Je ne pense pas pouvoir me montrer aussi négatif qu'elle. Elle a ici l'occasion de faire ce qui s'impose. Nous tous, ici présents, pourrions nous élever au-dessus de ce genre de dialogue et agir véritablement dans l'intérêt des Canadiens.

Nous avons la possibilité d'appuyer une motion. Le gouvernement pourrait adopter le projet de loi ou prendre d'autres mesures. Il aurait pu l'inclure dans le budget. Nous allons de l'avant.

Nous sommes en 2015. En tant que députés, nous avons le devoir de tenter d'améliorer les choses pour les Canadiens. C'est que fera la motion.

M. Mathieu Ravignat (Pontiac, NPD): Monsieur le Président, je ne doute évidemment pas de la sincérité de mon collègue, mais c'est tout de même paradoxal que pareille motion nous soit proposée par le Parti libéral. Revenons un peu en arrière.

Quand les libéraux étaient aux commandes, ils ont eux aussi détourné la publicité gouvernementale à des fins partisans. En 2000, la réforme de la santé était au cœur de la plateforme libérale, et le premier ministre de l'époque, Jean Chrétien, a puisé près de 2 millions de dollars dans les coffres de l'État pour financer une campagne de publicité télévisée destinée à mousser sa réforme. Et quand ces publicités libérales ont-elles été diffusées? Eh oui: en plein pendant les séries éliminatoires.

Les deux autres partis se servent sans vergogne dans l'argent des contribuables. C'est inacceptable. Comment mon collègue peut-il s'imaginer que les Canadiens vont leur faire confiance?

M. David McGuinty: Je répète, monsieur le Président, que c'est vers l'avenir qu'il faut regarder. Nous devons saisir l'occasion qui se présente à nous. Je pourrais moi aussi m'intéresser aux sommes que les néo-démocrates ont consacrées aux bureaux de circonscription qu'ils ont ouverts un peu partout au pays, mais ce n'est pas pour ça que nous sommes ici aujourd'hui. Nous sommes ici pour élever le débat et saisir l'occasion qui nous est offerte de voir aux intérêts des Canadiens en améliorant nos façons de faire.

Si mon projet de loi était adopté, et je signale au gouvernement qu'il peut le reprendre à son compte, je ne suis pas possessif, il viserait tous les futurs gouvernements, et pas seulement celui-ci. Pourquoi les parlementaires voudraient-ils s'unir de la sorte? Parce que c'est la chose à faire et que l'occasion leur en est offerte. Nous pouvons renforcer la confiance des Canadiens dans nos institutions et processus démocratiques et leur montrer que nous dépensons judicieusement l'argent et les ressources, déjà pourtant assez rares, qu'ils nous confient chaque année. Voilà ce que nous pouvons accomplir aujourd'hui. Voilà pourquoi nous débattons de cette motion. Prouvons aux Canadiens que nous pouvons faire la bonne chose et améliorer nos façons de faire pour ne plus répéter les erreurs du passé.

● (1225)

Mme Elizabeth May (Saanich—Gulf Islands, PV): Monsieur le Président, il y a un type de publicités gouvernementales que je souhaiterais voir plus souvent. Mon collègue pourrait peut-être nous dire ce qu'il en pense.

Dans le budget de 2015, on parle de consacrer certaines sommes à la promotion du tourisme, les détails restant à déterminer. J'ai été stupéfaite de découvrir que le gouvernement actuel avait éliminé toutes les publicités qui encourageaient les Américains à venir visiter le Canada, alors qu'il s'agit de notre principale clientèle touristique. Le gouvernement actuel n'a pas dépensé le moindre cent pour encourager nos voisins du Sud à venir passer des vacances au Canada.

La saison touristique approche, mais la seule publicité destinée au marché américain faisait la promotion du pipeline Keystone. Cette annonce placée dans le *New Yorker* a coûté 200 000 \$ et elle portait strictement sur le pipeline Keystone. Pas un seul mot à propos du tourisme.

Comme mon collègue, je trouve regrettable que les fonds publics servent à financer la propagande des conservateurs. Quoi qu'il en soit, j'aimerais que la Chambre unisse ses efforts et voie à ce que des publicités touristiques puissent être diffusées sans tarder dans le marché américain, en prévision du tourisme estival.

Initiatives ministérielles

M. David McGuinty: Monsieur le Président, je partage entièrement l'avis de ma collègue. C'est pourquoi j'ai parlé de dépenses légitimes, car il serait possible de faire de la publicité au Canada si elle était assujettie à un mécanisme d'examen par une tierce partie. Tout revient à mettre en place un tel mécanisme. Conformément à la formule que je propose, il prendrait la forme d'un commissaire à la publicité relevant du Bureau du vérificateur général qui veillerait à la légitimité de toute dépense future.

Il convient de faire de la publicité dans le domaine du tourisme. Il convient d'en faire en matière d'investissements. Il convient d'en faire à l'égard de l'approvisionnement, des emplois et du recrutement. Il convient d'en faire en cas de crise de santé publique. Ce sont là d'importantes responsabilités pour tout ordre de gouvernement, notamment le gouvernement fédéral.

Ma collègue a raison. Nous déployons trop peu d'efforts pour attirer les touristes américains. Nous déployons trop peu d'efforts pour attirer les investisseurs américains et étrangers au Canada.

Il y a toutes sortes de cas exceptionnels qui résisteraient à un examen par un tiers neutre. Si nous avions un mécanisme d'examen par une tierce partie, nous ne nous retrouverions pas confrontés, partout à la télé, à des annonces gouvernementales à la présentation uniforme, bleu conservateur, qui s'harmonisent aux publicités de nature politique du Parti conservateur, elles aussi de la même couleur. Il n'y aurait pas non plus de publicités rouges, ni de publicités orange; bref, aucune publicité aux couleurs partisanes. Nous serions ainsi en mesure d'accroître la confiance des Canadiens dans le système et les rassurer quant à la façon dont le gouvernement dépense leur argent.

M. Frank Valeriote (Guelph, Lib.): Monsieur le Président, il y a environ un an à peine, on a vu à la télévision un des exemples les plus flagrants du gaspillage que représente la campagne de publicité du gouvernement. Une femme, Jenifer Migneault, a interpellé le ministre des Anciens Combattants pour lui demander de l'aide. Elle avait dû quitter son emploi pour s'occuper à la maison de son mari, gravement atteint du trouble de stress post-traumatique.

Le même jour, le ministre des Anciens Combattants a reconnu au comité que le budget du ministère avait été augmenté de 4 millions de dollars pour faire la promotion d'un programme qui ne coûtait que 290 000 \$. Le gouvernement a récidivé l'automne dernier en ajoutant encore 5 millions de dollars au budget prévu pour la publicité. Cette somme aurait suffi à maintenir ouverts les neuf bureaux de services aux anciens combattants sommairement fermés l'année dernière. Voilà un autre exemple qui s'ajoute à la liste fournie par le député d'Ottawa-Sud pour illustrer la gravité de la situation.

Mon collègue nous en dirait-il un peu plus sur cet incident?

M. David McGuinty: Monsieur le Président, je remercie le député de Guelph de défendre les intérêts des anciens combattants et de l'excellent travail qu'il fait auprès d'eux.

Il est toujours important de mettre en parallèle les choix faits par le gouvernement. Il avait le choix. Il pouvait dépenser 29 millions de dollars pour 9 800 panneaux publicitaires ou décider de ne pas fermer les bureaux de services aux anciens combattants. C'est un choix qu'il a fait. Cela témoigne de ses valeurs, de ses priorités et, bien franchement, de son engagement.

Cet exemple, comme bien d'autres, démontre les besoins énormes et nombreux qui existent dans la société canadienne, notamment en ce qui concerne la sécurité ferroviaire, la sécurité des transports et toutes sortes de possibilités importantes et intéressantes. Le gouvernement choisit toutefois de dépenser de l'argent ailleurs. C'est dommage.

On peut cependant mettre un terme à cela. Il existe un mécanisme qui est à la portée de tous les députés de la Chambre. C'est pour cette raison que j'ai présenté cette motion ce matin. Il existe une solution de rechange constructive: tous les partis pourraient s'unir, une fois pour toutes, et créer un mécanisme d'examen par un tiers, comme un commissaire à la publicité au sein du bureau du vérificateur général, et tout cela cesserait.

• (1230)

L'hon. Laurie Hawn (Edmonton-Centre, PCC): Monsieur le Président, je suis heureux d'avoir aujourd'hui l'occasion de prendre la parole au sujet de cette motion.

Je suis convaincu que le député d'en face présente cette motion avec les meilleures intentions du monde. Cela dit, les campagnes publicitaires sont essentielles, par exemple, pour renseigner les anciens combattants et les membres de leur famille au sujet des prestations et des services qui leur sont offerts pour les aider pendant qu'ils réintègrent la vie civile, après cette transition et plus tard au cours de leur vie, lorsqu'ils ont de nouveaux besoins liés au service militaire.

Le gouvernement a extrêmement bien géré l'argent des contribuables. La preuve, c'est que la semaine dernière, le ministre des Finances a annoncé que nous atteindrons l'équilibre budgétaire au cours du présent exercice, ce qui montre la bonne foi du gouvernement en matière fiscale.

Dans ce contexte, j'estime que les contribuables canadiens sont bien servis par le gouvernement et que ces publicités, que je préfère appeler des campagnes d'information, sont très avantageuses pour les anciens combattants et les membres de leur famille. Pour que nos valeureux militaires, hommes et femmes, puissent avoir accès aux mesures de soutien dont ils ont besoin et qu'ils méritent, ils doivent être renseignés au sujet des services qui leur sont destinés. Il est aussi important de renseigner les Canadiens au sujet du travail et du sacrifice de ces militaires afin de préserver l'héritage qu'ils nous ont légué.

Voici ce que j'aimerais demander au député: n'est-il pas d'avis qu'on doive rendre hommage publiquement aux courageux Canadiens qui servent notre pays? N'avons-nous pas le devoir de faire connaître à toute la nation la contribution remarquable de ces héros canadiens? N'avons-nous pas ce devoir envers les familles et les descendants des militaires qui ont servi pendant les Première et Seconde Guerres mondiales, la guerre de Corée, en Afghanistan, en Irak, lors de nombreuses missions de paix où les militaires ont souvent dû se battre et mettre leur vie en péril, et pendant la guerre froide?

N'avons-nous pas le devoir de nous souvenir de leur service et de leur sacrifice, et d'encourager les Canadiens à s'en souvenir? N'avons-nous pas le devoir d'informer les anciens combattants et leur famille des programmes qui peuvent faciliter leur retour à la vie civile et les soutenir s'ils ont été blessés en service?

Nous avons ces devoirs, selon moi. C'est la moindre des choses.

Il nous revient de voir à ce que les anciens combattants et leur famille soient informés des programmes et des prestations mis à leur disposition. En manquant à ce devoir, nous porterions préjudice aux anciens combattants, à leur famille et à tous les Canadiens.

Initiatives ministérielles

Le Canada peut être très fier de son histoire militaire. Je crois que nous en convenons tous. Depuis des générations, les hommes et les femmes des Forces canadiennes se distinguent par leur apport très bénéfique à l'étranger ainsi qu'au pays, lorsque le Canada est frappé par des catastrophes naturelles comme les inondations et les tempêtes de verglas. Ils prêtent leur assistance lors des événements historiques se tenant au pays, comme les Jeux olympiques. Ils interviennent lorsque se produisent des catastrophes naturelles dans le monde. D'ailleurs, à l'heure actuelle, l'Équipe d'intervention en cas de catastrophe est en train de se déployer rapidement au Népal, où une tragédie se déroule.

Il est extrêmement important que nous honorions leur travail, que nous nous souvenions des services qu'ils ont rendus à leur pays et que nous soulignions les sacrifices qu'ils ont faits pour nous. Il est encore plus important qu'ils soient au courant des avantages qui leur sont offerts pour les aider à réussir parfaitement leur transition vers la vie civile.

Les anciens combattants canadiens se voient offrir une vaste gamme de services et de programmes figurant parmi les meilleurs au monde. Ils ont accès à un réseau de plus de 4 000 professionnels de la santé mentale couvrant l'ensemble du pays, à d'excellents traitements médicaux et à de généreux avantages financiers.

Nous devons communiquer avec les anciens combattants canadiens pour veiller à ce qu'ils soient au courant des services et des programmes qui leur sont offerts. Si les anciens combattants ne sont pas informés des avantages dont ils peuvent bénéficier, ils ne pourront pas s'en prévaloir.

Les anciens combattants canadiens doivent savoir qu'ils ont accès à des services de transition de carrière. Ils doivent aussi savoir qu'ils peuvent toucher des milliers de dollars chaque mois s'ils ont subi une blessure grave en service, et qu'ils peuvent bénéficier d'autres services qui ne sont pas nécessairement liés aux blessures qu'ils ont pu subir. En effet, des services sont offerts aux anciens combattants qui ont de longs états de service.

Les campagnes publicitaires sont essentielles afin de donner aux anciens combattants qui ont servi notre beau pays l'information dont ils ont besoin. Cette campagne d'information, qui vise à la fois les anciens combattants et les Canadiens en général, met l'accent sur l'engagement du gouvernement du Canada à améliorer l'accès aux mesures de soutien et aux services clés, à réduire les délais de traitement — d'ailleurs, nous avons récemment annoncé l'embauche de 100 nouveaux gestionnaires de cas et de 100 nouveaux arbitres de prestations d'invalidité —, et à s'assurer que les anciens combattants ont accès à toute la gamme de mesures de soutien mises à leur disposition.

Les faits montrent que cette campagne a remporté un franc succès. L'analyse menée à la suite de celle-ci indique que la campagne a rejoint 46 % de la population en général. Cela représente des millions de personnes. Dès le lancement de la campagne d'information, nous avons observé une hausse de 13 % du nombre de demandes de prestations d'invalidité présentées par d'anciens combattants et leurs proches. Les gens qui ont besoin de ces prestations doivent être informés, et c'est ce que la campagne a permis de faire.

Plus important encore, le nombre d'inscriptions à Mon dossier ACC a augmenté de 28 % pendant la campagne: il s'agit de la preuve ultime de l'utilité de cette campagne. Ces personnes se sont inscrites au système d'Anciens Combattants Canada, et le ministère pourra prendre les devants et communiquer directement avec elles.

● (1235)

Pour les députés qui ne le savent pas, Mon dossier ACC est un outil en ligne extrêmement utile pour les anciens combattants canadiens et les membres de leur famille. Tous les anciens combattants devraient en posséder un. Tout ce qui peut aider à faire connaître cet outil et qui, plus particulièrement, peut servir à faire augmenter son utilisation doit être considéré comme un succès retentissant.

Cette initiative particulière a aussi eu d'autres répercussions extrêmement importantes. Pendant que battait son plein la campagne publicitaire, Anciens Combattants Canada a enregistré une augmentation du nombre de visites sur son site Web de 876 % comparativement aux chiffres observés avant cette campagne. Pour moi, il s'agit d'une réussite très impressionnante.

Prenons aussi l'exemple de la campagne d'information sur le jour du Souvenir de 2014. À cette occasion, on a invité les Canadiens à se souvenir de tous les militaires qui avaient servi notre pays et on les a sensibilisés aux services qu'ils avaient rendus ainsi qu'aux sacrifices qu'ils avaient consentis. On a encouragé les Canadiens à participer à des activités de commémoration, à se rendre à un cénotaphe le jour du Souvenir, à consulter Internet pour en apprendre davantage sur l'histoire militaire du Canada et à participer davantage aux cérémonies visant à rendre hommage aux militaires canadiens.

Selon une évaluation réalisée à la suite de la campagne d'information, 52 % des Canadiens ont dit se souvenir de celle-ci, ce qui représente un excellent résultat sur le plan de la sensibilisation. Ce pourcentage représente environ 14 millions de Canadiens, soit une augmentation de 1 million par rapport à l'année précédente. Selon la même analyse, on a dénombré 732 306 visites uniques sur le site Web d'Anciens Combattants Canada, comparativement à 518 990 en 2013. Il s'agit donc d'une augmentation très importante.

Sur Facebook, les statistiques sont tout aussi impressionnantes, peut-être même plus: on a comptabilisé plus de deux millions de visionnements des vidéos en 24 heures juste le jour du Souvenir, pour un total global de 3,25 millions de visionnements. Sur YouTube, c'était 1,4 million de visionnements, contre 35 365 en 2013, une hausse exceptionnelle. Toutes ces statistiques comptent, car chaque visionnement représente quelqu'un qui en apprend davantage sur les anciens combattants canadiens, sur leurs réalisations, sur leur courage et sur la manière dont ils ont fait toute la différence, au Canada et ailleurs dans le monde.

Il est impératif de souligner que ces activités ne se font absolument pas au détriment des prestations et des services offerts aux anciens combattants canadiens. Chaque année, le ministère des Anciens Combattants investit en effet 3,5 milliards de dollars, dont 90 % directement dans les services aux anciens combattants. Les campagnes d'information représentent moins de 1 % du budget annuel total. Autrement dit, pour chaque dollar de publicité, le ministère dépense plus de 800 \$ en programmes et en services destinés aux anciens combattants eux-mêmes.

Je pose donc de nouveau la question: comment peut-on remettre en question les retombées de la campagne? Comment peut-on soutenir que l'information n'est pas à l'avantage des anciens combattants et de leurs proches? Comment peut-on soutenir qu'elle ne permet pas directement à davantage d'entre eux d'accéder aux programmes et aux services? C'est pourtant la réalité. C'est indéniable.

Initiatives ministérielles

Cette campagne a aussi permis d'informer les anciens combattants de l'existence d'autres programmes. Grâce à elle, un plus grand nombre d'anciens combattants a pu présenter une demande. Les anciens combattants ne peuvent avoir recours aux programmes que s'ils en entendent parler. Malheureusement, ce ne sont pas tous les anciens combattants et toutes les familles qui connaissent les divers programmes, services et documents utiles qui sont à leur disposition. Cette campagne de publicité a permis aux anciens combattants et à leur famille de mieux connaître les programmes et les services qui leur sont offerts, par exemple les services de réorientation professionnelle, de réadaptation, de soutien financier et de santé mentale. Elle leur a aussi mieux fait connaître les mesures d'aide financière aux études et d'aide médicale ou d'autres services de soutien, comme les services de tonte de gazon, d'entretien ménager et de déneigement.

Parmi les quelque 700 000 anciens combattants que compte le Canada, seulement 200 000 personnes environ — anciens combattants ou membres de la famille — utilisent les programmes et les services offerts par Anciens Combattants Canada. Bon nombre de gens ne reçoivent pas de prestations parce qu'ils n'en ont tout simplement pas encore besoin, comme moi. Toutefois, une bonne part des anciens combattants ne sont sans doute toujours pas au courant des services qui leur sont offerts.

Nous pouvons améliorer les choses, et pour ce faire, il faut informer et sensibiliser la population. Nous faisons mieux connaître aux anciens combattants et à leur famille les programmes et les services qui leur sont offerts. Les campagnes de publicité ne peuvent que les aider. On aurait carrément tort de prétendre le contraire. Il ne sert à rien de mettre en oeuvre des services et des programmes solides si les anciens combattants n'en entendent pas parler. Notre seul but, c'est d'informer les anciens combattants qui en ont besoin.

Je ne comprends tout simplement pas que l'opposition puisse s'opposer à cela. Pour assurer aux braves militaires canadiens le soutien nécessaire à leur transition vers la vie civile, il est essentiel de les informer des programmes et des services qui leur sont offerts.

Lorsqu'il est question de publicités gouvernementales, il est important de souligner les pratiques des gouvernements libéraux précédents. Entre 2002 et 2006, le gouvernement libéral a dépensé 270,6 millions de dollars en publicité. Je ne me souviens pas quelle était la couleur de ces publicités, mais je suis certain qu'elles n'étaient pas seulement en noir et blanc. Voilà qui correspond à une moyenne mensuelle d'environ 6 millions de dollars. Certains mois, la note a largement dépassé les 7,5 millions de dollars que le gouvernement entend dépenser en mai, selon ce que rapporte le député d'Ottawa-Sud.

● (1240)

Nous aurions souhaité nous pencher davantage sur les dépenses engagées par le gouvernement libéral, mais celui-ci n'a pas pris la peine de consigner les montants dépensés en publicité avant 2002. Le juge Gomery, lui, a suivi la trace de ces fonds et a constaté que le gouvernement libéral versait illégalement le financement destiné aux publicités directement à des amis du Parti libéral.

J'aimerais lire un extrait du rapport Gomery, car je crois qu'il est on ne peut plus pertinent et qu'il s'applique parfaitement à la discussion d'aujourd'hui. On peut lire ce qui suit dans la section « Principales constatations »:

Il importe de consulter le rapport factuel si l'on veut bien comprendre la preuve présentée à la Commission et l'analyse que j'en ai faite. Les faits que j'ai constatés me permettent de tirer les conclusions ci-après.

La Commission d'enquête a constaté:

la preuve incontestable d'une ingérence politique dans l'administration du Programme de commandites;

un manque de supervision de la part des échelons les plus élevés de la fonction publique, ce qui a permis aux gestionnaires du Programme de contourner les procédures normales des marchés publics et de court-circuiter les voies hiérarchiques;

un voile de secret entourant la gestion du Programme de commandites, et une absence de transparence dans le processus contractuel;

une réticence, par crainte de représailles, de la quasi-totalité des fonctionnaires à contester la volonté d'un gestionnaire qui court-circuitait les politiques établies et avait accès à des responsables politiques de haut niveau;

une surfacturation flagrante des agences de communication pour les heures travaillées et les biens et services fournis;

un gonflement des commissions, des frais de production et des autres dépenses facturés par les agences de communication et leurs sous-traitants, dont beaucoup étaient des entreprises reliées;

l'utilisation du Programme de commandites à des fins autres que l'unité nationale ou la visibilité fédérale, à cause de l'absence d'objectifs, de critères et de lignes directrices;

des actions délibérées pour échapper aux dispositions des lois et politiques fédérales, incluant notamment la Loi électorale du Canada, la Loi sur l'enregistrement des lobbyistes, la Loi sur l'accès à l'information et la Loi sur la gestion des finances publiques, ainsi que la politique fédérale sur les marchés et de la politique du Conseil du Trésor sur les paiements de transfert;

un écheveau complexe de transactions financières entre Travaux publics et services gouvernementaux Canada (TPSGC), des sociétés d'État et des agences de communication, comprenant des pots-de-vin et des contributions illégales à un parti politique, dans le contexte du Programme de commandites;

cinq agences ayant reçu de gros contrats de commandites ont acheminé régulièrement de l'argent, sous forme de dons légitimes ou de cadeaux non déclarés, à l'occasion d'activités de collecte de fonds politiques au Québec, en s'attendant à recevoir des contrats lucratifs du gouvernement;

des agences payant les salaires de personnes qui, à toutes fins utiles, travaillaient pour le Parti libéral;

l'existence d'une culture du « tout m'est dû » chez les responsables politiques et les bureaucrates gérant le programme de commandites, avec réception d'avantages monétaires et non monétaires;

un ensemble d'activités révélant qu'un fonctionnaire à la retraite avait de vastes relations commerciales avec des anciens bénéficiaires de contrats du Programme de commandites; et

le refus de ministres, des hauts responsables du cabinet du Premier ministre et de fonctionnaires d'admettre leur responsabilité pour la mauvaise gestion constatée.

Le rapport Gomery a fait la lumière sur la corruption du gouvernement libéral qui nous a précédés et sur sa mauvaise gestion des fonds publics. En critiquant les dépenses publicitaires du gouvernement actuel, les libéraux font preuve de la plus grande hypocrisie qui soit.

Il est à noter que les libéraux font diffuser des publicités préélectorales pendant les éliminatoires de la Coupe Stanley. Ils ont pensé à faire diffuser des publicités au moment où ils savent que les Canadiens les verront. Quelle idée. C'est un peu comme l'information destinée aux anciens combattants que nous avons fait diffuser au moment où nous savions que les anciens combattants les verraient, c'est-à-dire pendant les éliminatoires de la Coupe Stanley. Je suis content de savoir que les libéraux semblent au moins porter attention à ce qui fonctionne.

Je suis fier de l'ensemble des initiatives et des programmes gouvernementaux dont la Chambre a discuté aujourd'hui. Il est honteux que les députés d'en face s'opposent à ce que nous informions les anciens combattants au sujet des programmes dont ils pourraient bénéficier ou d'autres programmes que nous annonçons régulièrement, d'autant plus que, lorsque le gouvernement actuel dépense de l'argent pour des publicités, cet argent est consacré aux publicités. Sous le gouvernement libéral qui nous a précédés, l'argent dépensé pour des publicités allait plutôt dans les poches des amis du Parti libéral. Ils devraient avoir honte.

Initiatives ministérielles

Je suis heureux d'avoir eu le temps de parler de cette question importante, et je remercie mes collègues de leur attention. J'ai hâte d'entendre le reste de ce débat.

• (1245)

Mme Linda Duncan (Edmonton—Strathcona, NPD): Monsieur le Président, je remercie le député, qui vient comme moi de la belle ville d'Edmonton, de son intervention et d'avoir mis l'accent sur la nécessité d'informer les anciens combattants des services qui leur sont offerts.

Toutefois, nous devons nous rappeler que l'argent dépensé en publicité par le gouvernement n'a pas uniquement servi à informer les anciens combattants de leur droit d'être mieux traités et des possibilités qui s'offrent à eux quand ils reviennent de mission. Une grande partie de cet argent a été utilisé pour faire la promotion du Parti conservateur, sous le couvert de publicités sur le plan Chantiers Canada et le Plan d'action économique. Je trouve qu'il est particulièrement répréhensible que des millions de dollars ont été consacrés pour faire la promotion aux États-Unis d'un seul secteur économique et industriel, le secteur pétrolier et gazier, initiative qui semble avoir donné très peu de résultats, mais que pas un sou n'a été dépensé pour examiner les possibilités de diversification économique, y compris pour faire la promotion de l'économie axée sur l'énergie renouvelable et l'efficacité énergétique, qui est en plein essor.

J'aimerais que le député explique pourquoi le gouvernement ne diversifie pas ses publicités au lieu de faire du nivellement par le bas.

L'hon. Laurie Hawn: Monsieur le Président, à propos de la publicité dans le secteur pétrolier et gazier, il s'agit du principal secteur parmi tant d'autres à qui les Canadiens doivent la qualité de vie dont ils jouissent aujourd'hui, alors oui, nous allons en faire la publicité. Oui, nous allons participer à l'économie verte. C'est aux Ontariens qu'il faudrait demander quelle incidence elle a eue sur les prix de l'énergie, car les choses vont plutôt mal.

J'ai parlé avant tout des anciens combattants — car, comme chacun le sait, c'est un dossier qui me passionne —, mais il y a tant d'autres choses dont nous faisons la publicité. Ma déclaration de député d'aujourd'hui porte justement sur la splendide ville d'Edmonton et sur la prestation universelle pour la garde d'enfants; je viens tout juste d'émettre un communiqué de presse à ce sujet, et j'espère pouvoir en diffuser d'autres. Nous savons tous que ces prestations destinées aux familles ont été bonifiées de façon spectaculaire. Il reste néanmoins 200 000 familles canadiennes qui n'ont pas présenté de demande. Dans la seule ville d'Edmonton, 9 834 familles qui représentent 16 617 enfants doivent présenter leur demande d'ici le vendredi 1^{er} mai de l'année en cours. Voilà également le genre de chose dont nous faisons la publicité.

Nos publicités ne portent pas sur un seul domaine. Je sais que les députés de l'opposition sont obnubilés par le secteur des ressources. C'est une lubie qui les caractérise. Ils ont le droit de se concentrer sur ce secteur, mais, dans ses publicités, le gouvernement ne se limite pas, et de loin, aux anciens combattants et aux familles.

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Monsieur le Président, je suis déçu du discours du député d'Edmonton-Centre. Il essaie de donner l'impression que le gouvernement ne fait rien de mal avec l'argent des contribuables, alors que c'est tout le contraire. Le gouvernement a dépensé trois-quart de milliard de dollars en publicité et il a utilisé la majeure partie de cet argent pour s'autocongraturer. À une période où tant de Canadiens ont besoin de l'aide du gouvernement, les conservateurs jugent bon de dépenser l'argent des contribuables, des centaines de millions de dollars

chaque année, pour se donner des tapes dans le dos. Ils ne sont pas à l'écoute des Canadiens.

Je vais poser une question très précise au député. Pourrait-il nous dire comment le premier ministre peut justifier le fait qu'il compte dépenser 7,5 millions de dollars en mai pour promouvoir le budget du gouvernement, non pour promouvoir le budget, mais bien pour féliciter le gouvernement d'avoir présenté un budget, qui, à mon avis, est fondamentalement imparfait? Pourquoi le gouvernement gaspille-t-il 7,5 millions de dollars de l'argent des contribuables pour promouvoir un mauvais budget?

L'hon. Laurie Hawn: Monsieur le Président, j'ai apprécié la fougue avec laquelle le député a posé sa question. Il est toujours divertissant de l'écouter.

J'aimerais revenir sur deux éléments que j'ai mentionnés dans mon intervention. Le député a parlé de l'argent dépensé pour faire la promotion de programmes gouvernementaux, de budgets et d'autres choses, mais je signale que le Parti libéral faisait exactement ce qu'il était au pouvoir. Il n'y a pas de différence.

Le député a mentionné la somme de 750 millions de dollars, mais ce montant a été réparti sur environ neuf ans et demi. Le montant annuel est très semblable au montant que les libéraux ont eux-mêmes dépensé de 2002 à 2006. Au total, ils ont dépensé environ 271 millions de dollars. Si l'on fait le calcul, cela représente un budget annuel très semblable.

La fausse indignation du député est divertissante, à mon avis, mais elle vise aussi à masquer la vérité: les gouvernements ont des raisons légitimes de faire de la publicité. Il est évident que les gouvernements vont prendre des mesures pour faire connaître leur programme, et ils ont le droit de le faire. Ce sont les contribuables et les électeurs qui décideront, au bout du compte, si le gouvernement a fait du bon travail ou non.

En ce qui concerne l'accueil réservé au budget, il existe une très longue liste — que je n'ai pas avec moi — de Canadiens et d'organisations qui vantent les mérites du budget et de ses éventuelles répercussions sur les familles canadiennes et sur tous les aspects de la société canadienne.

• (1250)

[Français]

Mme Paulina Ayala (Honoré-Mercier, NPD): Monsieur le Président, tout à l'heure, mon collègue expliquait pourquoi le gouvernement faisait de la publicité: c'est pour bien informer les anciens combattants des services qui leur sont offerts.

Nonobstant, la meilleure façon de communiquer avec ces gens est de créer un réseau, de leur téléphoner ou de leur envoyer des lettres personnelles. Cela va coûter moins cher et être plus efficace. Pire encore, les conservateurs ont consacré plus de 5 millions de dollars à une campagne publicitaire sur la guerre, mais ils ont fermé les bureaux pour les anciens combattants. Ce sont donc 4,3 millions de dollars en publicité, mais ces anciens combattants ont moins de services.

La publicité est-elle vraiment pour les anciens combattants ou est-elle pour le Parti conservateur? C'est ma question.

[Traduction]

L'hon. Laurie Hawn: Monsieur le Président, la prémisse de cette question est totalement fausse. Nous ne faisons pas la publicité et la promotion de la guerre. Il s'agit d'une déclaration ridicule, et la députée devrait avoir honte.

Initiatives ministérielles

Les prestations et les services offerts aux anciens combattants n'ont pas du tout été réduits; ils ont plutôt été accrus. On a annoncé récemment que des gestionnaires de cas et des arbitres des prestations seraient embauchés, que les anciens combattants pourraient dorénavant toucher l'allocation pour perte de revenus pendant toute leur vie, que les critères d'admissibilité à l'allocation pour déficience permanente seraient élargis et que les réservistes seraient assujettis aux mêmes règles que les membres de la Force régulière. Nous communiquons de manière proactive avec les anciens combattants, notamment au moyen de lettres. Toutes ces mesures font partie d'un programme global, qui inclut de la publicité. Les séries éliminatoires de la coupe Stanley sont le moment idéal pour faire de la publicité, car c'est ce que regardent les anciens combattants à ce moment-ci de l'année. Ils regardent les séries éliminatoires. La députée devrait aussi regarder un match et se détendre.

M. Scott Simms (Bonavista—Gander—Grand Falls—Windor, Lib.): Monsieur le Président, je suis d'accord sur une bonne partie de ce que vient de dire le député au sujet des forces armées et de la publicité. Toutefois, notre motion propose qu'un tiers agissant comme arbitre examine la publicité susceptible d'être perçue comme visant des fins politiques. Par exemple, il y a plusieurs années, les conservateurs ont fait peindre les mots « plan d'action économique » sur un train de banlieue. Or, il n'y avait absolument aucune information à l'intérieur du train sur les programmes dont les usagers auraient pu se prévaloir. Voilà le genre de cas qu'un comité pourrait examiner afin de déterminer si la situation est acceptable ou non. Il s'agissait d'un simple panneau contenant quatre mots, mais qui avait coûté beaucoup d'argent aux contribuables.

La motion à l'étude d'aujourd'hui prévoit que, dans des cas semblables, un comité indépendant pourrait dire si le gouvernement a dépassé les bornes.

L'hon. Laurie Hawn: Monsieur le Président, les Canadiens sont instruits et savent trouver l'information sur Internet. Les gens qui voient les mots « Plan d'action économique » peuvent faire une recherche dans Google pour en savoir davantage. C'est là qu'ils pourront trouver l'information qui ne peut pas être affichée sur le train. Au passage d'un train — peu importe sa vitesse —, les gens ne s'attarderont pas à lire du texte dans le menu détail. Ils voient le message général, qui les incite à aller se renseigner en utilisant d'autres moyens qu'ils connaissent très bien.

[Français]

Mme Anne-Marie Day (Charlesbourg—Haute-Saint-Charles, NPD): Monsieur le Président, j'aimerais poser une question au député.

Lorsqu'il y avait les fameuses publicités et commandites commémorant la guerre de 1812, il m'est arrivé de prendre le train et de me faire servir un vin de 1812. Toutefois, ce vin n'existe pas; ce n'était qu'une étiquette. Le gouvernement a donc financé le vin à l'intérieur de VIA Rail.

Est-ce que le député pourrait nous expliquer cela?

• (1255)

[Traduction]

L'hon. Laurie Hawn: Monsieur le Président, c'est une bonne chose de mieux faire connaître la guerre de 1812 et l'histoire militaire du Canada. C'est ce que fait le gouvernement et, à vrai dire, il a bien raison de le faire.

J'ai peut-être mal compris l'observation de la députée sur le vin, mais s'il était question de promotion des vins du Niagara, c'est aussi

une bonne chose. L'industrie vinicole du Canada, que ce soit du Niagara, de la Colombie-Britannique ou d'ailleurs au pays, est un autre aspect important de l'économie canadienne.

Tous les moyens sont bons pour mieux faire connaître l'histoire militaire du Canada, qui a façonné notre société actuelle, et promouvoir les produits canadiens, notamment les vins d'ici, dont je suis grand amateur.

[Français]

M. Mathieu Ravignat (Pontiac, NPD): Monsieur le Président, je vais partager mon temps de parole avec la députée de Newton—Delta-Nord.

Par le passé, il est clair que tant les gouvernements libéraux que conservateurs ont fait des campagnes publicitaires gouvernementales partisanes, financées par des fonds publics, afin de promouvoir leurs propres intérêts partisanes. L'abus est incroyable, particulièrement en ce qui concerne ce gouvernement. Par exemple, le programme électoral de 2011 du Parti conservateur parlait d'un Canada fort, libre et fier de son histoire. Aujourd'hui, sur le site Web du Parti conservateur, on retrouve les mêmes termes clés. C'est intéressant.

Or ces termes clés se trouvent aussi dans la publicité du gouvernement. Les mots « fort, fier et libre » constituent le même slogan choisi pour la campagne publicitaire, financé par les fonds publics, en l'honneur du 150^e anniversaire du Canada.

Les conservateurs ont même refusé de rendre publics les documents traitant de la décision d'utiliser ce slogan partisan dans des publicités financées par les fonds publics. Un journaliste a demandé au Conseil du Trésor de fournir toute information qui avait été utilisée pour choisir les mots « fort, fier et libre », et on lui a répondu qu'il existait un document de 149 pages, qui avait été présenté au Cabinet pour justifier l'utilisation des mots « fort, fier et libre »; 149 pages, c'est beaucoup. Il faut imaginer le temps que cela a demandé aux fonctionnaires pour rédiger 149 pages uniquement pour laisser le gouvernement utiliser un slogan partisan pour ses publicités. C'est incroyable!

De plus, une grande partie de la publicité liée au Plan d'action économique ne contenait aucun renseignement utile sur les services gouvernementaux. Selon les résultats d'un sondage, réalisé pour évaluer la campagne en 2012, les répondants ont qualifié les annonces de propagande et de gaspillage d'argent. Ce ne sont pas nos mots, mais ceux de simples citoyens. Seulement 6 des 1 000 répondants ont dit avoir consulté le site Web, plan.daction.gc.ca, pour obtenir plus de renseignements.

Les conservateurs ont aussi gaspillé 2,5 millions de dollars en publicité concernant une subvention canadienne pour l'emploi, qui n'existait même pas. Le Conseil des normes de NCP a conclu que la campagne gouvernementale, annonçant la subvention pendant les séries éliminatoires de la LNH, était trompeuse, parce qu'elle annonçait un programme qui n'avait pas encore été négocié avec les provinces. C'est incroyable!

Aujourd'hui, les conservateurs continuent de gaspiller de l'argent sur la promotion de leurs promesses de campagne d'adopter des politiques sur le fractionnement du revenu qui favorisent les riches, alors que ces allègements fiscaux n'existent même pas encore. Nous pourrions dire de ce bilan qu'il est un manque total de respect envers les contribuables.

Initiatives ministérielles

La publicité liée au Plan d'action économique a coûté plus de 113 millions de dollars aux contribuables depuis 2009. Ces fonds auraient pu être consacrés à la création d'un crédit d'impôt à l'innovation, par exemple, pour permettre aux entreprises d'investir dans les machines et l'équipement, et de créer des emplois pour les Canadiens. C'est une bonne idée avancée par le NPD.

En 2013, les conservateurs ont consacré 16,5 millions de dollars à des activités de publicité sur le développement des ressources naturelles, dont des millions de dollars à l'étranger. Ils ne dépensent même pas cet argent, ici, au Canada.

Dès mars 2010, oui, des responsables du gouvernement conservateur ont rencontré des représentants de l'Association canadienne des producteurs pétroliers; ils se sont entendus entre eux — c'est du lobbying — sur une stratégie de communication intensifiée. En une année, cet argent aurait pu être affecté à 11 000 rénovations domiciliaires dans le cadre du programme écoÉNERGIE pour permettre à des Canadiens de réduire leur facture de chauffage. Imaginons cela!

L'hypocrisie des conservateurs ne cesse de nous stupéfier.

● (1300)

Depuis 2009, ils ont dépensé plus de 40 millions de dollars appartenant aux contribuables en publicité sur les économies d'impôt pour les Canadiens. Ils auraient pu utiliser ces fonds pour tenir une enquête nationale en vue d'obtenir justice pour les femmes autochtones disparues ou assassinées. Cela aurait été une bonne idée. La publicité pour le 150^e anniversaire du Canada coûtera 12 millions de dollars, deux ans avant la tenue de la fête en 2017. Cet argent aurait pu servir à maintenir le poste de la Garde côtière de Kitsilano pendant 15 autres années.

Certaines activités publicitaires gouvernementales répondent sans doute à un besoin, notamment celles à l'intention des nouveaux Canadiens portant sur les services gouvernementaux. Cependant, depuis quelques années, le gouvernement dépense 10 fois plus d'argent en publicité sur le plan d'action économique qu'en publicité sur les services gouvernementaux à l'intention des nouveaux Canadiens. Nous devons veiller à ce que ces messages publicitaires ne soient pas partisans.

Pour en revenir au bilan, en 2014, alors qu'Anciens Combattants Canada fermait des bureaux régionaux et privait de leur dû des vétérans qui souffraient, le gouvernement a dépensé 4,3 millions de dollars en publicité. De plus, les résultats des sondages prouvent que ces dépenses publicitaires n'étaient même pas efficaces. Le gouvernement aurait mieux fait d'investir cet argent dans le maintien des bureaux régionaux de services aux anciens combattants.

Par ailleurs, les conservateurs ont consacré plus de 5 millions de dollars à une campagne publicitaire sur la guerre de 1812. Ces 5 millions de dollars auraient permis d'embaucher des dizaines d'inspecteurs ferroviaires pour aider à prévenir une nouvelle tragédie comme celle de Lac-Mégantic.

Les conservateurs ont dépensé 1,5 million de dollars en publicité concernant un programme d'apprentissage avant que le programme n'existe officiellement, brouillant ainsi les lignes de démarcation entre la publicité partisane et l'offre de services gouvernementaux qui existent réellement. On peut donc bien comprendre que la population ne sache pas si un programme existe ou non et comment y accéder. Les conservateurs n'ont rien fait pour informer la population des changements à l'assurance-emploi.

Faisons le bilan en chiffres, car il est impressionnant. Ce gouvernement a dépensé 86 millions de dollars en publicité en

2006, 84 millions de dollars en 2007, 79 millions de dollars en 2008, 36 millions de dollars en 2009, 83 millions de dollars en 2010, 78 millions de dollars en 2011, 69 millions de dollars en 2012 et 75 millions de dollars en 2013. On n'a pas encore les données pour 2014, mais puisque c'est une année préélectorale, cela ne me surprendrait pas que le gouvernement en ait dépensé encore plus qu'en 2013. Cela reste à voir.

Je me demande pourquoi le gouvernement continue à dépenser pour des campagnes publicitaires, alors que ses propres évaluations internes indiquent que les Canadiens ne les considèrent que comme du gaspillage. Au moment où ce gouvernement ferme des bureaux de services, comment peut-il justifier ces dépenses? Si ces campagnes sont aussi utiles et non partisans que le prétend le gouvernement, pourquoi ce dernier craint-il autant de soumettre ces dépenses à un examen par un tiers?

Pourquoi les conservateurs ont-ils investi dans ces publicités, malgré le fait que leurs propres fonctionnaires leur disaient que la publicité liée au plan d'action économique violait les règles du Conseil du Trésor? Je me demande aussi pourquoi ils ne veulent pas rendre publics les documents relatifs au choix du slogan « Fort. Fier. Libre ». La réponse est simple: ils ont quelque chose à cacher.

D'ailleurs, il ne faut pas se le cacher, les libéraux ont agi de la même façon. Si ce n'était pas le cas, ils ne seraient pas en train d'essayer de redorer leur blason au moyen de cette motion. C'est de cela dont il s'agit. J'aimerais indiquer aux Canadiens et aux Canadiennes qui écoutent qu'il y a eu des abus, et je ne parle pas seulement du scandale des commandites. En effet, les gouvernements libéraux du passé ont utilisé l'argent des contribuables pour financer des publicités partisans.

● (1305)

Par exemple, 2 millions de dollars des fonds publics ont été utilisés par le gouvernement Chrétien pour promouvoir la nécessité d'une réforme du système de santé. Évidemment, cela s'est fait aussi durant les séries éliminatoires de hockey, comme l'a fait le présent gouvernement.

Si ce parti et son député étaient vraiment sérieux dans leur volonté d'agir pour contrer ce problème, je lui suggérerais de se pencher sur le modèle australien, qui a vraiment du mordant et qui respecte véritablement l'argent des contribuables.

[Traduction]

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Monsieur le Président, je remercie le député de ses nombreuses observations. Je tiens toutefois à renforcer le principe très important qu'il a soulevé dans une question, à savoir la création d'une tierce partie qui veillerait, de façon indépendante et équitable, à ce que les deniers publics utilisés pour payer de la publicité servent les intérêts des Canadiens.

Autrement dit, on doit parfois reconnaître qu'il faut établir une limite quand une publicité sert davantage l'opportunisme politique à des fins électorales que la communication et la diffusion d'information importante pour les Canadiens. Comme le propose la motion, l'un des meilleurs moyens de régler ce problème est qu'une tierce partie examine la publicité gouvernementale financée par les fonds publics. Le député n'est-il pas d'accord?

M. Mathieu Ravignat: Monsieur le Président, j'imagine que n'importe quelle mesure serait une bonne chose, mais on peut faire davantage que ce que propose la motion.

Initiatives ministérielles

[Français]

Par exemple, le gouvernement fédéral de l'Australie a mis en oeuvre la solution que recommande le député d'Ottawa-Sud, mais cela a été un échec. Les Australiens ont donc créé un comité indépendant des communications chargé d'examiner la publicité gouvernementale. C'est une vraie solution. Si nous voulons vraiment faire quelque chose, je suggère que nous allions dans cette direction.

Mon honorable collègue a mentionné qu'il s'agissait d'électorisme. C'est assez clair que, par cette motion, les libéraux essaient de redorer leur blason, mais c'est impossible de le faire. Le public canadien va se rappeler.

Mme Isabelle Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine, NPD): Monsieur le Président, je voudrais remercier mon collègue de l'exposé qu'il nous a fait.

Il nous a démontré très clairement que tout cet argent qui est actuellement dépensé par le gouvernement pour des publicités partisans pourrait être dépensé dans des fonds qui aideraient vraiment les Canadiens à combler les besoins qu'ils ont. Ces dépenses en publicités pourraient expliquer des programmes qui existent déjà alors que, actuellement, nous sommes devant un gouvernement qui dépense beaucoup d'argent pour des programmes qui n'existent pas encore ou pour de la publicité partisane. Mon collègue a pris beaucoup de temps pour parler d'un slogan qui, bizarrement, est utilisé par le Parti conservateur pour expliquer d'autres programmes qui sont non partisans. Il y a vraiment de la confusion.

Ce qui m'inquiète beaucoup, aujourd'hui, c'est que cette motion est déposée par un parti qui a un historique de dépenses d'argent des contribuables pour de la publicité partisane. La vérificatrice générale a d'ailleurs dit ce qui suit:

De 1998-1999 à 2002, le gouvernement fédéral [qui était un gouvernement libéral] a passé des contrats d'environ 793 millions de dollars pour plus de 2 200 activités de publicité, devenant ainsi l'un des plus grands annonceurs au pays.

Ce sont les libéraux qui ont fait cela. Au cours des dernières décennies, nous sommes donc passés d'un gouvernement à l'autre qui utilisent les mêmes tactiques en se servant de l'argent des contribuables pour payer des publicités partisans. Je trouve absurde que, aujourd'hui, ce soit ce parti qui nous propose ces changements.

Que pense mon collègue du fait que ce sont les libéraux, qui ont utilisé des publicités aussi partisans, qui nous proposent cette motion?

• (1310)

M. Mathieu Ravignat: Monsieur le Président, il est clair que bleu et rouge, c'est un peu la même chose. Ce sont les vieux partis. Ils ont été au pouvoir trop longtemps.

C'est le temps de les remplacer par des députés et un gouvernement qui respectent l'argent des contribuables et l'opinion des Canadiens, et qui croient au fait d'informer les Canadiens et les Canadiennes quand leurs services et leurs programmes changent. En effet, c'est pour cela qu'on fait de la publicité gouvernementale; c'est pour informer les gens.

[Traduction]

Mme Jinny Jogindera Sims (Newton—Delta-Nord, NPD): Monsieur le Président, j'interviens aujourd'hui pour appuyer la motion. Il a beaucoup été question de publicités visant des programmes gouvernementaux qui n'existent même pas. Je trouve plutôt cocasse qu'on nous propose ce genre de mesure. Cela dit, mieux vaut tard que jamais.

Je me réjouis que le Parti libéral ait proposé cette mesure. Tant les libéraux que les conservateurs ont fait l'objet de critiques cinglantes pour avoir instrumentalisé des campagnes publicitaires gouvernementales financées à même le Trésor public à des fins partisans. Il n'y a rien de nouveau sous le soleil, alors je n'en dirai pas beaucoup plus à ce sujet. Lorsque les libéraux étaient au pouvoir, ils faisaient exactement la même chose.

C'est un peu bizarre d'entendre les conservateurs dire qu'ils se contentent de faire à peu près la même chose que ce que faisaient les libéraux. Ce qu'il faut retenir, c'est que l'on puise à même le Trésor public, que les Canadiens financent à la sueur de leur front, pour payer des publicités partisans. Les contribuables n'ont pas d'objection à ce qu'on utilise l'argent qu'ils ont durement gagné pour financer des programmes. Ils n'ont pas d'objection à ce que cet argent serve à faire la promotion de quelque chose qui profite à tous leurs concitoyens. Non, là où le bât blesse, c'est lorsque leurs impôts servent à payer des publicités destinées purement et simplement à faire la promotion d'un parti donné.

Personne n'a oublié le scandale des commandites. Je n'étais pas encore députée à l'époque, mais j'assure à la Chambre que le dossier était sur toutes les lèvres. Dans mon cours de sciences humaines, il en a été question des semaines durant.

Il est temps pour le Canada d'élire un gouvernement et un chef expérimentés et intègres qui ont ce qu'il faut pour mettre un terme aux scandales et à l'incurie des libéraux et, maintenant, des conservateurs. Il est temps pour le Canada de se doter d'un gouvernement intègre qui fera changer concrètement les choses à Ottawa et qui mettra une croix sur les publicités inutiles.

J'ai écouté aujourd'hui, dans cette enceinte, certains de mes collègues d'en face nous parler de leur magnifique travail au ministère des Anciens Combattants. La publicité vise à faire connaître les programmes que le gouvernement met en oeuvre. Mais il me semble ironique qu'il choisisse de les diffuser pendant les matchs de hockey, parce que tous les combattants regarderaient supposément le hockey. Au risque de surprendre la Chambre, je tiens à signaler que ce ne sont pas tous les anciens combattants qui regardent le hockey. C'est peut-être un sacrilège, et certaines personnes risquent de s'en offusquer, mais beaucoup de gens ne regardent pas le hockey, en particulier le grand nombre d'anciens combattants qui souffrent du trouble de stress post-traumatique et ceux qui doivent s'adapter à la vie civile après avoir quitté le champ de bataille.

Nous savons qui sont les anciens combattants. Nous pouvons certainement communiquer avec eux directement. L'information parviendrait ainsi vraiment à chaque ancien combattant, ce qui vaudrait mieux que la saupoudrer ici et là et espérer qu'elle atterrisse au bon endroit.

Depuis que je suis députée aux Communes, j'ai eu l'occasion de voir annoncés des programmes qui n'existent même pas. J'étais porte-parole en matière d'emploi et de développement social, comme je le suis encore maintenant, lorsque le gouvernement s'est mis à annoncer la subvention canadienne pour l'emploi. Il n'avait pas encore négocié un seul accord avec une province, mais il s'est quand même mis à dépenser des millions de dollars en publicité pour faire connaître un programme qui n'existait pas. À mon avis, c'est tout simplement idiot et c'est un gaspillage de deniers publics.

Les Canadiens travaillent dur pour gagner leur salaire. Ils paient leurs impôts et ne s'en plaignent pas, à condition de savoir que leur argent sera bien utilisé.

Initiatives ministérielles

●(1315)

Cependant, les contribuables que je consulte ne veulent pas que leur argent durement gagné serve à promouvoir un parti en particulier ou à payer des publicités partisans, surtout lorsqu'elles servent à promouvoir des choses qui n'existent même pas. Nous avons déjà commencé à voir des publicités sur le fractionnement du revenu. Or, à ce que je sache, le fractionnement du revenu est une mesure que le Parlement n'a pas encore adoptée. Nous savons que c'est une idée que le gouvernement a proposée dans son budget, mais le débat sur le budget n'est pas encore terminé. Il faut que les mesures du budget passent par toutes les étapes du processus législatif du Parlement pour être ensuite mises aux voix.

Au lieu de s'attaquer aux vrais problèmes et de dépenser l'argent en fonction des besoins, le gouvernement préfère le dépenser pour des publicités sur le fractionnement du revenu — une nouvelle mesure, soit dit en passant — qui ne profiterait qu'à environ 15 % de la population et non à ceux qui en ont le plus besoin.

Les électeurs et les autres Canadiens que j'ai consultés d'un bout à l'autre du pays me disent avoir attendu des années pour avoir des nouvelles de la demande d'appel au Tribunal de la sécurité sociale. Certains d'entre eux sont des malades en phase terminale et ils attendent encore que leur cause soit entendue. Il aurait été sans doute plus judicieux d'utiliser cet argent pour embaucher plus de personnel — si c'est ce qu'il faut faire — pour que les demandes d'appel soient traitées dans les meilleurs délais.

Je ne suis pas contre toutes les publicités. Dans certains cas, je crois que les gouvernements doivent faire plus de promotion à plus grande échelle. J'ai entendu une autre collègue parler de tourisme aujourd'hui. Nous vivons dans un magnifique pays. Nous devrions évidemment en faire la promotion. Je crois qu'il est merveilleux d'encourager les gens à venir ici, mais aussi d'encourager les gens d'ici à explorer le Canada.

Par contre, ce que j'ai du mal à comprendre, ce sont les raisons pour lesquelles nous devons dépenser des millions de dollars pour faire la promotion de l'industrie pétrolière aux États-Unis, alors que cette industrie fait des milliards de dollars de profit. Il est évident que les sociétés pétrolières devraient être responsables de leur propre promotion. Pourquoi utiliserions-nous l'argent durement gagné par les contribuables, qui travaillent pour un salaire horaire de 10 \$, 12 \$ ou 14 \$ et qui doivent avoir deux ou trois emplois pour parvenir à joindre les deux bouts, pour faire la promotion de nos sociétés pétrolières? Elles font d'énormes profits. En fait, le gouvernement récompense ainsi ses amis, et je crois que c'est inadmissible, surtout lorsque les Canadiens éprouvent des difficultés.

Parlons maintenant d'un autre sujet sur lequel le gouvernement devrait se concentrer, en l'occurrence Campagne 2000. À cette époque, le Parlement avait déclaré à l'unanimité qu'il fallait immédiatement prendre des mesures pour éliminer la pauvreté des enfants. L'éradication de la pauvreté — ou de la prolifération de la pauvreté — des enfants, est encore bien réelle, que ce soit dans le Nord, en Colombie-Britannique, dans le centre du pays ou sur la côte Est. Songeons quelques instants aux 750 millions de dollars qui ont été consacrés à des publicités. Une partie de cette somme aurait pu être utilisée pour lutter contre la pauvreté des enfants. Le gouvernement aime beaucoup appuyer nos motions visant à éliminer la pauvreté des enfants, et il convient qu'elles sont une bonne chose. Par contre, lorsqu'il présente un budget, il n'alloue pas beaucoup de ressources à la lutte contre ce fléau. Il arrive parfois qu'il propose des politiques visant à combler l'écart entre les riches et les pauvres, les nantis et les démunis.

Je suis tout à fait d'accord: nous devons exercer un contrôle en ce qui concerne ces publicités partisans et voir à ce qu'un organisme indépendant examine la façon de procéder à cet égard. Il est temps que le gouvernement conservateur cesse d'utiliser indûment l'argent gagné par les contribuables canadiens pour doré sa propre image en vue d'être réélu.

●(1320)

M. Ted Hsu (Kingston et les Îles, Lib.): Monsieur le Président, pour commencer, j'aimerais commenter des dépenses du gouvernement qui remontent à novembre 2014. Il était question, dans une vidéo publicitaire, du fractionnement du revenu et de modifications aux prestations qui n'ont pas encore été adoptées par la Chambre des communes.

Un point me préoccupe particulièrement, et c'est qu'on indiquait, à la fin de la publicité, que les mesures en question étaient soumises à l'approbation du Parlement. La publicité menait à des articles en ligne. Si quelqu'un la lisait sur un écran d'ordinateur ordinaire, ou pire encore sur un appareil mobile, il était tout simplement impossible de lire la phrase écrite en petits caractères qui s'affichait pendant quelques secondes et indiquait que les mesures sont soumises à l'approbation du Parlement.

Je me demande si ma collègue a vu ces publicités et si elle trouve approprié de cacher le fait que ces mesures n'ont pas encore été approuvées par le Parlement.

Mme Jinny Jogindera Sims: Monsieur le Président, c'est un plaisir de collaborer avec mon collègue dans divers dossiers. Il pose toujours des questions pertinentes.

Je crois qu'on a ici l'exemple d'un gouvernement qui cherche à contourner les règles même après avoir été reconnu coupable par les tribunaux et réprimandé. Au lieu d'admettre qu'ils ne devraient pas faire de telles publicités, les conservateurs ont décidé d'ajouter un petit message rapide que personne n'aura le temps de lire et qui est écrit tellement petit qu'il est impossible à déchiffrer, particulièrement pour les gens de mon groupe d'âge. Ils continuent simplement de se comporter comme ils le faisaient avant.

Ils font manifestement fi des décisions par lesquelles ils ont été reconnus coupables parce qu'ils veulent continuer d'utiliser à mauvais escient l'impôt versé par les travailleurs canadiens.

Mme Elizabeth May (Saanich—Gulf Islands, PV): Monsieur le Président, je suis totalement d'accord avec les députés qui remettent en question le fait que des fonds publics servent à promouvoir l'industrie pétrolière auprès des États-Unis. Cette industrie enregistre des profits de milliards de dollars et est loin de faire pitié. Pourtant, on dépense notre argent pour lui faire de la publicité. C'est le cas au Canada également, notamment en Colombie-Britannique.

La députée de Newton—Delta-Nord se rappellera sans doute aisément la publicité décrivant l'extraordinaire protection environnementale qui sera assurée malgré la présence des superpétroliers remplis de bitume dilué — dont les Britanno-Colombiens ne veulent pas —, et de celle où le gouvernement canadien annonçait que les superpétroliers seraient désormais dotés d'une double coque, comme si on devait cette innovation à l'administration actuelle. Il se trouve que la loi internationale impose l'usage des superpétroliers à double coque depuis 1978. Par ailleurs, un moratoire sur la circulation des superpétroliers au large de la côte Nord de la Colombie-Britannique contribue à la protection de notre littoral depuis 1972. Le gouvernement actuel fait totalement abstraction de ce moratoire. C'est comme s'il n'avait jamais existé.

Initiatives ministérielles

La députée a-t-elle des observations à formuler au sujet de ces publicités qui semblent être payées par Enbridge, mais qui ont en fait été payées avec l'argent des contribuables?

• (1325)

Mme Jinny Jogindera Sims: Monsieur le Président, je remercie ma collègue de sa question, qui porte spécifiquement sur le littoral vierge de notre belle province, la Colombie-Britannique.

J'ai eu le plaisir de parcourir la Colombie-Britannique dans tous les sens, ainsi que de longer son magnifique littoral. Pour nous, les Britanno-Colombiens, rien n'est plus important que de protéger notre littoral et nos cours d'eau.

Le moratoire a été instauré pour une raison. Le fait que le gouvernement canadien s'assure maintenant que nos pétroliers respectent les normes internationales n'est pas une raison de se réjouir, alors qu'il aurait peut-être toujours dû avoir recours à des superpétroliers à double coque. Toutefois, ce qui est inquiétant, c'est que le gouvernement fait encore une fois beaucoup de publicités partisans à l'appui des pétrolières et des pipelines.

Ce qui m'a le plus étonnée, c'est d'apprendre que la société Kinder Morgan avait obtenu le contrat pour le nettoyage du déversement de pétrole qui s'est produit à Vancouver durant une journée très calme et qui a causé beaucoup de dégâts. C'est étrange.

L'hon. John McCallum (Markham—Unionville, Lib.): Monsieur le Président, je partagerai mon temps de parole avec ma collègue la députée de Labrador.

Je suis heureux de prendre la parole pour appuyer la motion libérale. Nous demandons au gouvernement de soumettre ses propositions publicitaires à un tiers impartial afin que les publicités soient non partisans. Sous le gouvernement conservateur, l'expérience a montré qu'une telle mesure s'impose de toute urgence. Tel qu'il a été signalé, le gouvernement a dépensé pas moins de 750 millions de dollars en publicités qui sont en grande partie partisans depuis son arrivée au pouvoir. Nous voyons constamment ces publicités lorsque nous regardons les séries éliminatoires et d'autres émissions. Il est difficile d'éviter les publicités conservatrices partisans sur le Plan d'action économique et d'autres mesures similaires.

Il y a deux aspects principaux sur lesquels j'aimerais mettre l'accent.

Premièrement, les gouvernements aiment avoir le champ libre en matière de publicités, car ils peuvent ainsi leur donner un penchant partisan et avancer leur propre cause. Mais sous la direction de son ancien chef, Dalton McGuinty, le gouvernement libéral de l'Ontario a pris l'initiative. Même si ce n'était pas à leur avantage, les libéraux ont proposé une loi, en vigueur maintenant depuis quelques années, mettant en place un système de surveillance par un tiers les obligeant à seulement faire de la pub jugée non partisane par ce tiers. Nous sommes donc d'avis qu'il est grand temps que le gouvernement fédéral s'inspire de ce qu'a fait Dalton McGuinty en Ontario en présentant une approche similaire, malgré le fait que cela risquerait de l'empêcher de faire ce qu'il veut, tout comme le gouvernement de Dalton McGuinty s'est vu empêché de faire ce qu'il voulait.

Mon collègue, le député d'Ottawa-Sud, a présenté un projet de loi d'initiative parlementaire proposant la même chose, soit l'établissement d'un tiers qui aurait le dernier mot à dire au sujet du type de publicité que le gouvernement aurait le droit de faire.

Le Parti libéral appuie cette mesure. Même si nous formerons probablement le prochain gouvernement, nous serions heureux d'être limités dans notre capacité de faire des publicités partisans et

reconnaissons que la capacité des conservateurs de faire de telles publicités devrait également être limitée. Nous devrions tous, que nous formions ou non le gouvernement, être d'accord que c'est la chose à faire. Il est tout simplement inacceptable d'utiliser l'argent des contribuables pour faire des publicités visant à promouvoir les intérêts partisans du parti au pouvoir. Si le gouvernement libéral de l'Ontario a été capable de le faire, le gouvernement conservateur fédéral devrait également le faire. Le Parti libéral est prêt à le faire, même si cela risque de lui nuire à l'avenir s'il forme le prochain gouvernement.

Selon les sondages actuels, les conservateurs et les libéraux ont autant de chances de former le prochain gouvernement. Par conséquent, l'un comme l'autre, nous devrions adopter une telle loi et accepter de nous plier à cette règle, même si, à l'avenir, l'un d'entre nous risque d'être limité dans sa liberté d'action. Nous devons utiliser l'argent des contribuables à bon escient.

• (1330)

[Français]

La deuxième question que j'aimerais aborder concerne le fait que toutes ces publicités du gouvernement ne fonctionnent pas, semble-t-il, selon ses propres constatations.

[Traduction]

Elles ne fonctionnent pas.

[Français]

Il semble que les Canadiens ne soient pas influencés de façon importante par toutes ces publicités conservatrices.

[Traduction]

Le meilleur exemple, c'est le Plan d'action économique du Canada dont tous les Canadiens ont certainement entendu parler au cours des dernières années. Le gouvernement se préoccupe davantage des affiches publicitaires que des mesures. Peu importe où nous allons, nous voyons ces affiches partout. Que ce soit à la télévision ou à la radio, dès que nous l'allumons, nous entendons ces publicités. C'est l'un des meilleurs exemples de l'utilisation, par le gouvernement, de l'argent des contribuables pour faire de la publicité partisane. Il faut que cela cesse.

Malheureusement pour le gouvernement, ces campagnes publicitaires ne sont même pas efficaces. On aurait pu penser que tous les Canadiens interrogés lors des sondages commandés par le gouvernement auraient répondu qu'ils avaient déjà entendu parler du Plan d'action économique du Canada. Dans la bulle d'Ottawa, il est impossible de ne pas être au courant de cela. Je pensais qu'environ 99 % des Canadiens en auraient entendu parler. Or, en 2010, 41 % des Canadiens interrogés à ce sujet ont dit qu'ils n'avaient jamais entendu parler du Plan d'action économique du Canada.

Puis, année après année, le gouvernement a multiplié les campagnes publicitaires. Le pourcentage s'est-il amélioré? Peut-être est-il passé de 41 à 81 %? Non. En 2011, il était de 40 %. En 2012, il était de 42,6 %, puis, en 2013, il a chuté à 37 %. Par la suite, il est passé à 38 %. On se trouve donc dans l'erreur d'arrondi. En tout, 40 % des Canadiens n'ont jamais entendu parler du Plan d'action économique. Même si ce fait est difficile à croire pour les parlementaires, il est véridique.

Initiatives ministérielles

Ce qu'il faut comprendre, c'est que la publicité représente un gaspillage de fonds publics à des fins partisans et que, de surcroît, elle n'est pas très efficace. Même si les Canadiens se font bombarder tous les jours par des annonces publicitaires sur le Plan d'action économique, 40 % d'entre eux n'ont toujours aucune idée de ce dont il s'agit.

Toute cette publicité est inacceptable et elle n'est pas efficace. Voilà deux bonnes raisons pour lesquelles le gouvernement devrait mettre un terme à cette pratique.

J'aimerais donner un autre exemple qui démontre que ce genre de publicité ne fonctionne pas. Il s'agit d'un sondage qui, encore une fois, a été commandé par le gouvernement. Je crois que c'est le gouvernement libéral qui a pris l'habitude de commander de tels sondages et cette pratique a encore lieu aujourd'hui. Ce sondage, mené en 2009, portait sur le crédit d'impôt pour la rénovation domiciliaire. À la question visant à savoir si la publicité sur le crédit d'impôt pour la rénovation domiciliaire les avait incitées à faire quoi que ce soit, 74 % des personnes interrogées avaient répondu par la négative.

Voilà donc un point important: la publicité partisane est à proscrire. Nous devrions suivre l'exemple du gouvernement de l'Ontario et mettre en place un mécanisme législatif comme le propose mon collègue d'Ottawa-Sud. Le Parti libéral, s'il est élu, serait très heureux d'être assujéti à une loi à cet égard. Nous croyons qu'une telle loi devrait aussi s'appliquer au gouvernement conservateur actuel. Celui-ci devrait même prendre des mesures avant qu'une loi soit adoptée: il devrait confier l'examen de ses activités promotionnelles à un tiers afin d'en assurer l'impartialité.

Nous estimons qu'il y a de bonnes raisons de réglementer la publicité faite par le gouvernement, et nous sommes prêts à joindre le geste à la parole en appuyant cette motion. J'aimerais profiter de l'occasion pour souligner que la publicité du gouvernement ne fait que gaspiller l'argent des contribuables, puisqu'elle ne donne pas de très bons résultats.

• (1335)

[Français]

Mme Anne-Marie Day (Charlesbourg—Haute-Saint-Charles, NPD): Monsieur le Président, aujourd'hui, j'ai été particulièrement étonnée d'entendre de la part des libéraux une telle proposition d'étude à l'occasion d'une journée spéciale, car ces derniers ont eu pas mal de problèmes avec les commandites, comme on s'en rappelle. C'est un peu comme le criminel qui veut proposer une loi pour empêcher un crime. C'est assez bizarre.

Le député libéral convient-il qu'il est assez curieux de leur part de critiquer le gouvernement, alors qu'ils ont eux-mêmes vécu toute la période des commandites?

L'hon. John McCallum: Monsieur le Président, je remercie la députée de sa question portant sur le passé et des événements qui ont eu lieu il y a dix ou douze ans.

Toutefois, il y a un autre élément dans un passé beaucoup plus récent. C'est le fait qu'un grand nombre de députés du NPD n'ont pas payé leur compte au gouvernement. Ce sont eux qui ont pris l'argent des contribuables pour faire des dépenses partisans. Ils ont enfreint règles et ils n'ont pas encore payé ce qu'ils doivent aux contribuables.

[Traduction]

Le NPD ne peut plus se targuer d'être un modèle de vertu par rapport aux autres partis représentés à la Chambre. Le NPD devrait payer ses propres factures avant de donner des leçons aux autres.

M. Rodger Cuzner (Cape Breton—Canso, Lib.): Monsieur le Président, je remercie mon collègue le député de Markham—Unionville de ses observations. Je tiens cependant à le mettre en garde: si les gamins en culotte courte apprenaient que les publicités ne joignent que 40 % de l'électorat canadien, ils risqueraient d'y englober encore plus d'argent, car ils y verraient le signe que les conservateurs n'ont pas assez dépensé.

Il y a toutefois un sujet que le député n'a pas abordé, mais dont parlent la plupart des personnes qui communiquent avec mon bureau. Les Canadiens sont outrés que le gouvernement, en la personne de la ministre des Travaux publics, alors qu'elle était ministre des Ressources humaines et du Développement des compétences, ait annoncé en grande fanfare la subvention canadienne pour l'emploi, sans même en parler aux provinces. Il n'existait rien de concret, mais, malgré tout, 3,5 millions de dollars ont été dépensés pour faire la publicité du programme. À la suite d'un remaniement, un nouveau ministre de l'Emploi et du Développement social a pris le relais. Il a dû s'asseoir et improviser une entente de peine et de misère.

Entretemps, 3,5 millions de dollars avaient été engloutis, tout cela pour un programme qui n'existait pas. C'était un programme fantôme. Les résidents de Markham—Unionville ont-ils parlé au député de ce gaspillage monumental d'argent public pour un programme qui n'existait pas?

L'hon. John McCallum: Monsieur le Président, mon collègue a certainement raison au sujet de ceux qu'il appelle les gamins et gamines en culotte courte. Il y a un risque à leur dire que leurs dépenses sont inefficaces. Ce que je veux dire, c'est qu'ils devraient dépenser moins, mais ils peuvent penser, au contraire, que si 750 millions de dollars ne suffisent pas pour leur faire atteindre leur but, c'est peut-être qu'ils devraient prendre quelques milliards de dollars de plus dans la poche des contribuables pour y parvenir.

Je suis au courant du cas dont il parle, mais je n'ai rien entendu à ce sujet de la part des électeurs. Il arrive souvent au gouvernement de faire la promotion d'un programme avant d'en parler avec ses homologues provinciaux, avant que ce programme soit adopté par la Chambre et soit donc légal. Il fait la promotion de programmes qui n'ont pas encore été adoptés.

Mon collègue soulève un très bon point, mais ce n'est qu'une infime partie de tout ce que les conservateurs font. Ils font des annonces budgétaires extrêmement importantes, mais pas à la Chambre. La liste de leurs comportements répréhensibles est interminable. Néanmoins, ce dont il s'agit aujourd'hui, c'est de faire adopter cette règle, afin que le genre d'abus dont mon collègue a parlé ne se reproduise plus.

Mme Yvonne Jones (Labrador, Lib.): Monsieur le Président, je tiens à remercier mon collègue de Markham—Unionville de ses observations au sujet du projet de loi et d'avoir partagé son temps de parole avec moi aujourd'hui. Inutile de préciser qu'il a une très bonne compréhension des mesures prises par le gouvernement à l'égard de la façon dont les deniers publics sont dépensés pour diffuser des publicités partisans au Canada.

Initiatives ministérielles

Il a été question de l'efficacité des publicités conservatrices diffusées pendant les heures de grande écoute comme les matchs du Super Bowl ou les matchs de hockey. C'est selon moi très peu pertinent. Ce qu'il faut retenir, c'est que les conservateurs dépensent de l'argent des contribuables. Il s'agit de savoir s'ils devraient avoir la permission de dépenser cet argent pour réaliser des messages publicitaires pouvant être considérés comme partisans puisqu'ils diffusent le message d'un parti politique. Je pense que c'est sur cette question fondamentale qu'il faut se pencher.

Nous devons également nous demander si l'information véhiculée dans ces messages est exacte. De nombreuses publicités du gouvernement conservateur disent que les gens peuvent se prévaloir d'un programme alors qu'il n'existe même pas. Celles-ci sont suivies d'une astérisque précisant « à condition d'avoir été adopté ou approuvé par le Parlement ».

Imaginons un gouvernement qui dépense l'argent des contribuables, à hauteur de 750 millions de dollars, pour produire des publicités dont certaines portent sur des programmes qui ne sont pas encore disponibles. Nous ne savons pas s'ils seront disponibles. Quel gaspillage d'argent! Voilà ce que j'appelle un véritable gaspillage de fonds publics.

Troisièmement, non seulement les publicités sont partisans et contiennent de l'information erronée, mais elles sont diffusées à une époque où il y a beaucoup d'autres besoins au pays. Tous les jours, les Canadiens s'attendent à ce que le gouvernement offre de meilleurs programmes et services et à ce qu'il fasse en sorte que les fonds publics soient mieux utilisés et mieux investis dans leurs collectivités. Pendant ce temps, le gouvernement dépense de l'argent pour des publicités partisans afin de promouvoir son message tout en éliminant d'autres services aux Canadiens. C'est une honte.

Je suis heureuse de prendre la parole aujourd'hui afin d'appuyer notre motion, car elle vise à créer un processus d'examen par un tiers pour que ces publicités soient examinées avant leur approbation et que les fonds publics soient dépensés de façon adéquate, proportionnelle et prudente.

Par exemple, est-ce que les programmes qui font l'objet de publicités s'adressant aux Canadiens existent vraiment? Nous savons qu'en 2013, l'organisme Les normes canadiennes de la publicité a envoyé une lettre au sous-ministre adjoint responsable de l'emploi et du développement des compétences, dans laquelle il indiquait que les conservateurs avaient enfreint le Code canadien des normes de publicité, car ils diffusaient des publicités invitant les Canadiens à demander la subvention canadienne pour l'emploi. Or, à ce moment-là, cette subvention n'existait pas. Aucune province n'avait accepté le programme proposé. Pourquoi alors le gouvernement faisait-il la promotion d'un programme que les provinces n'avaient pas approuvé et qui n'était pas offert aux Canadiens? À mon avis, cela n'aurait jamais dû être permis. La même chose s'est produite en Ontario il y a quelques années.

Aujourd'hui, d'autres députés ont parlé de la Loi sur la publicité gouvernementale, qui a été adoptée en 2004 par le gouvernement McGuinty, en Ontario, pour éviter qu'une telle chose se produise. Il est évident que le Parlement du Canada doit adopter une loi similaire.

• (1340)

Je sais que mon collègue, le député d'Ottawa-Sud, a présenté un projet de loi qui est actuellement à l'étape de la deuxième lecture et qui vise à incorporer une politique de ce genre dans la loi. J'encourage les députés à soutenir également cette mesure, car elle est essentielle. Il est essentiel de mettre un frein aux publicités

trompeuses présentées à la population canadienne et de mettre fin à la nature partisane des publicités, car aucun parti ne devrait utiliser les fonds publics pour financer des publicités politiques, quel que soit le parti au pouvoir. Les publicités diffusées par les conservateurs ont décidément été interprétées comme des publicités politiques.

Permettez-moi d'aborder la question sous un autre angle et de me concentrer sur la façon dont le gouvernement choisit ses dépenses. Nous avons tous vu les publicités diffusées pendant les séries éliminatoires de la Ligue nationale de hockey. Je suis fier de dire que les publicités du Parti libéral sont payées par le Parti libéral. Elles ne sont pas payées par les contribuables canadiens, qui procurent au gouvernement du Canada ses recettes. Par contre, les publicités des conservateurs diffusées pendant ces parties ont été payées par les contribuables.

Voici un exemple. L'an dernier, les conservateurs ont dépensé entre 130 et 140 millions de dollars en publicité. Ils ont dépensé jusqu'à 100 000 dollars pour une seule publicité diffusée durant une partie de hockey. Le gouvernement a choisi de dépenser 750 millions de dollars en publicités au cours des dernières années et de sabler le budget de l'Institut pour la surveillance et la recherche environnementales, l'un des plus importants parmi les groupes et les instituts de ma circonscription. Pendant des décennies, l'Institut a recueilli des données dans le Labrador en plus de mener un large éventail de recherches portant sur les canards, les aigles, les orignaux, les caribous, la sauvagine, les rivières, les contaminants environnementaux, les différents types de vols transatlantiques et l'impact de la 5^e Escadre de Goose Bay sur la culture autochtone.

L'institut était l'un des groupes qui étudiaient des questions cruciales en matière d'environnement dans le Labrador. Et vous savez quoi? Il a dû fermer ses portes en mars. Il n'en coûtait que quelques centaines de milliers de dollars pour faire fonctionner l'un des plus importants instituts de recherche environnementale dans le Nord et y mener des études sur les changements climatiques et leurs conséquences sur les écosystèmes. Le gouvernement lui a coupé les vivres, alors qu'il aurait pu financer l'institut avec le budget de deux publicités diffusées durant une partie de hockey. Voilà la triste vérité.

Nous avons entendu l'argument de Terre-Neuve-et-Labrador au sujet des 400 millions de dollars qu'elle n'a pas reçus en lien avec l'AECG. Elle affirme que c'était un engagement issu d'un accord entre les deux gouvernements, mais que, le moment venu, le gouvernement du Canada ne lui a pas versé l'argent. Il a refusé cette somme à Terre-Neuve-et-Labrador, mais n'a eu aucune difficulté à trouver 750 millions de dollars pour des campagnes publicitaires.

C'est le genre de décisions que prend le gouvernement, et je crois qu'un gouvernement qui choisit de réduire des programmes et des services destinés aux Canadiens et qui se sert plutôt de l'argent pour promouvoir ses idées et ses intérêts politiques agit mal. Le gouvernement devrait avoir honte de continuer de la sorte. En fait, ces annonces devraient probablement être évaluées, et l'argent dépensé pour les annonces jugées partisans devrait être remboursé à la population du pays, selon moi. C'est exactement ce que le gouvernement devrait faire. Il ne devrait pas pouvoir s'en tirer indemne après de tels agissements. Peu importe le parti qui est au pouvoir, le gouvernement devrait avoir à répondre de ses actes lorsqu'il fait ce genre de choix.

Initiatives ministérielles

Dans l'exercice de mes fonctions de députée, il m'est très frustrant de devoir me battre pour obtenir les petites sommes nécessaires au maintien d'importants services dans ma circonscription, pour que les Canadiens continuent de recevoir d'importants services, et de me faire répondre qu'il n'y a pas d'argent parce que le gouvernement du jour a décidé que la publicité concernant des programmes qui n'existent pas est plus importante que de fournir des services aux Canadiens. Le gouvernement a tort et il devrait avoir honte de lui.

• (1345)

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Monsieur le Président, j'aimerais que la députée reconnaisse que les choses changent avec le temps. Les députés ministériels et néo-démocrates qui disent que c'était la façon de faire dans le passé me font penser à la question de la divulgation proactive. Quand le chef du Parti libéral a déclaré qu'il fallait changer les choses, le caucus libéral a permis d'apporter des modifications à la divulgation proactive, et les conservateurs et les néo-démocrates ont fini par emboîter le pas.

Ce dont il est question aujourd'hui, c'est de la nécessité de faire intervenir une tierce partie, car c'est dans l'intérêt des contribuables. Grâce à cette tierce partie, il serait possible tracer une limite et, quand une publicité franchirait cette limite, c'est le parti politique qui payerait la note, pas les contribuables. Il serait possible d'utiliser les deniers publics, tant que la publicité demeure dans les limites acceptables.

La députée a-t-elle quelque chose à ajouter à cela?

• (1350)

Mme Yvonne Jones: Monsieur le Président, je remercie le député de Winnipeg-Nord de cette question. Il est, comme les députés le savent, un excellent orateur à la Chambre des communes. Je suis convaincu qu'il sera très heureux d'appuyer cette mesure législative quand viendra le moment de voter.

Le député a parfaitement raison. Ce sont les libéraux qui ont pris l'initiative en ce qui concerne la divulgation proactive à la Chambre des communes. Nous avons été le premier parti à publier tous ses budgets, à déclarer toutes ses dépenses et à fournir des détails au public. C'est notre parti qui a incité les autres partis à la Chambre des communes à faire la même chose.

Cependant, la divulgation de l'utilisation de l'argent des contribuables ne doit pas se limiter à une petite portion isolée des dépenses. La divulgation doit être globale, ce qui explique pourquoi je ne vois aucun problème à ce que les publicités produites par le gouvernement du Canada fassent l'objet d'un examen minutieux pour veiller à ce qu'elles soient équitables, prudentes et dans l'intérêt du public. Les publicités qui respectent ces critères sont acceptables, mais les autres constituent un abus de pouvoir de la part du gouvernement.

[Français]

Mme Anne-Marie Day (Charlesbourg—Haute-Saint-Charles, NPD): Monsieur le Président, la devise du Québec est « Je me souviens ». Nous nous souvenons du scandale des commandites; nous ne pouvons pas l'oublier.

La motion d'aujourd'hui du troisième parti vise entre autres à rendre les choses plus transparentes. Nous ne pouvons pas être contre le fait que les choses soient plus claires. Le gouvernement en place a dépensé 750 millions de dollars en publicités.

La députée croit-elle que cette motion va effacer la tache qu'a le Parti libéral par rapport aux commandites.

[Traduction]

Mme Yvonne Jones: Monsieur le Président, je peux dire aux députés ce que la motion ne ferait pas. Elle n'effacerait pas le gaspillage de fonds publics par le NPD dont nous avons été témoins au cours des derniers mois. C'est très clair.

La motion présentée aujourd'hui vise à s'assurer que, peu importe le parti au pouvoir, les publicités sont justes et impartiales, tout en étant dans l'intérêt des contribuables. Voilà l'objet de la motion sur laquelle la Chambre des communes doit voter.

Je ne pense pas qu'il y ait un député à la Chambre qui ne souhaite pas dire à ses concitoyens que l'argent que nous dépensons, que l'argent dont nous sommes responsables au nom du gouvernement du Canada, sera utilisé dans leur intérêt supérieur et qu'il ne sera pas gaspillé pour faire la promotion de notre parti ou de programmes qui n'existent pas encore.

Le vice-président: Nous reprenons le débat. Le député de Yellowhead a maintenant la parole. Je tiens à l'informer qu'il disposera d'approximativement cinq minutes et demie avant que nous passions aux déclarations de députés.

M. Jim Eglinski (Yellowhead, PCC): Monsieur le Président, j'ai le plaisir de prendre la parole pour m'opposer à la motion de l'opposition sur les publicités du gouvernement.

Monsieur le Président, vos prédécesseurs ont déjà établi, dans des décisions passées, que le gouvernement devait faire attention de ne pas dire dans ses produits de communication et, surtout, dans ses publicités qu'un projet de loi est déjà adopté ou qu'il le sera dans sa forme actuelle. Je peux dire aux députés que le gouvernement a bien pris soin de préciser que les nouvelles initiatives dont le Parlement est saisi ne sont que des propositions et qu'elles sont sujettes à son approbation.

Il y a actuellement des politiques gouvernementales qui régissent les publicités que le gouvernement peut diffuser.

L'une d'elles est la Politique de communication. Cette politique très rigoureuse fait en sorte que les Canadiens obtiennent des renseignements « opportuns, exacts [...] objectifs et complets » sur les « politiques, programmes, services et initiatives » du gouvernement. Elle dit ceci: « Dans le système canadien de démocratie parlementaire et de gouvernement responsable, le gouvernement a l'obligation d'expliquer ses politiques et ses décisions et d'informer le public des priorités qu'il établit pour le pays. »

La politique aide également à faire en sorte que les ministères et organismes gouvernementaux soient « visibles et accessibles, et à ce qu'[ils] rendent compte au public qu'[ils] servent » et que leurs activités de communication garantissent « que les Canadiens puissent continuer d'avoir confiance en l'intégrité et en l'impartialité de la fonction publique du Canada ». Les normes de reddition de comptes de la politique sont claires. Elle a pour but « d'assurer la gestion efficace et la bonne coordination des communications » et, plus particulièrement, « de faire en sorte que celles-ci répondent aux divers besoins d'information » des Canadiens.

La politique énonce 10 engagements stratégiques interconnectés et interdépendants fondés sur les valeurs, les lois et les règlements canadiens, notamment ceux de la fonction publique. Elle compte 30 exigences. Elle énonce également les rôles et les responsabilités de chaque organisme qui participe à la mise en oeuvre de la politique. Ses procédures contiennent des directives précises concernant la publicité, la publication et la recherche sur l'opinion publique.

Déclarations de députés

J'aimerais prendre quelques instants pour clarifier ce que la Politique de communication dit au sujet de la publicité. Elle stipule clairement que les ministères et les organismes « peuvent placer des annonces [...] pour informer les Canadiens de leurs droits ou de leurs responsabilités, des politiques, programmes, services ou initiatives du gouvernement, ou encore des risques pour la santé publique, la sécurité ou l'environnement ». Elle stipule également que les ministères et les organismes doivent « veiller à ce que les campagnes [...] publicitaires soient conformes aux priorités [...] thèmes et messages du gouvernement ».

Il semble que beaucoup de fausses idées circulent au sujet de la planification et de l'exécution des publicités gouvernementales. Permettez-moi d'expliquer le fonctionnement de ce processus à la Chambre.

Contrairement à ce qui est indiqué dans la motion dont nous sommes saisis aujourd'hui, de nombreux intervenants participent au processus entourant la publicité gouvernementale, et ils exercent un contrôle sur celui-ci. Comme mes collègues le savent peut-être, le Bureau du Conseil privé collabore avec les ministères afin d'élaborer un programme de publicité gouvernementale qui appuie les priorités énoncées dans le discours du Trône et dans le budget. Lorsque ce programme est approuvé par le Cabinet, il est transmis au Conseil du Trésor, qui en approuve le financement. Une fois que le financement est accordé, les ministères collaborent avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour mettre en oeuvre leurs campagnes publicitaires.

Le Bureau du Conseil privé exerce une surveillance essentielle tout au long du processus. Quant aux ministères, ils évaluent leurs campagnes et rendent compte des résultats obtenus. Les ministères travaillent en étroite collaboration avec le Bureau du Conseil privé pour élaborer des propositions publicitaires. Ces propositions comprennent un résumé détaillé de la campagne publicitaire, y compris ses objectifs, les messages clés et les priorités gouvernementales qu'elle appuie. Les ministères doivent également se consulter afin de cerner les domaines d'intérêt commun et de déterminer s'ils peuvent travailler en collaboration.

Ce type de collaboration montre bien que le gouvernement utilise l'argent des contribuables de façon respectueuse.

• (1355)

Le vice-président: À l'ordre, s'il vous plaît. Le député de Yellowhead disposera d'environ 14 minutes et 50 secondes lorsque nous reprendrons le débat sur cette motion.

DÉCLARATIONS DE DÉPUTÉS

[Traduction]

LA CAMPAGNE MON EXPÉRIENCE, SA RÉUSSITE — ACCOMPAGNEZ-LA VERS LE SUCCÈS

Mme Stella Ambler (Mississauga-Sud, PCC): Monsieur le Président, le mentorat, le marrainage ou le parrainage, l'accompagnement, voilà la clé du succès.

Je parle de la campagne « Mon expérience, sa réussite — Accompagnez-la vers le succès » lancée récemment par la ministre de la Condition féminine. Cette campagne a pour but d'inviter les chefs de file de tous les domaines des secteurs public et privé à accompagner des femmes dans leur carrière, à prendre l'engagement d'aider une femme à réussir grâce au mentorat.

C'est là une des façons dont le gouvernement appuie les femmes chefs d'entreprise, qui représentent un secteur extrêmement important de l'économie canadienne. En fait, les entreprises dirigées par des femmes donnent des emplois à plus de 1,5 million de personnes et rapportent à l'économie une somme évaluée à 148 milliards de dollars. Quand les femmes réussissent, le Canada réussit. Ce programme fournit à ceux qui ont réussi une occasion en or de faire profiter d'autres personnes de leur expérience et de leurs compétences et de contribuer à accroître la prospérité économique des Canadiennes.

Je me joins à la ministre pour inviter les chefs de file canadiens de tous les domaines, hommes et femmes, à accompagner une femme vers le succès.

* * *

• (1400)

[Français]

LES JEUNES ET LA POLITIQUE

Mme Lysane Blanchette-Lamothe (Pierrefonds—Dollard, NPD): Monsieur le Président, le 16 avril, j'ai visité le Cégep Gérald-Godin. J'ai été surprise de rencontrer autant d'étudiants intéressés par des enjeux politiques, comme le projet de loi C-51 ou encore les projets d'oléoducs Est-Ouest.

[Traduction]

Le 24 avril, j'ai rencontré les étudiants du Collège John Abbott. Le chef de l'opposition officielle visitait le collège à l'invitation de l'association étudiante.

Nous remercions l'association étudiante du Collège John Abbott d'avoir organisé ce débat politique et arrangé cette rencontre entre les étudiants et les élus. Cette visite m'a fait voir que, contrairement à ce qu'on entend souvent, les jeunes ne se contentent pas de s'intéresser aux questions politiques et sociales; ils sont réellement engagés et veulent poser des gestes concrets pour susciter du changement.

[Français]

Quand les ministres conservateurs prétendent savoir ce qui est bon pour les jeunes, quand ils mettent la hache dans nos futurs programmes de pension, ou encore quand ils disent que les problèmes sur lesquels ils ferment les yeux, ce sera aux générations futures de s'en occuper, moi je me tourne vers les étudiants des cégeps Gérald-Godin et John Abbott et j'ai espoir que les choses changent dans ce Parlement.

Cela me rappelle aussi que le NPD a raison de faire élire des jeunes et de leur donner des dossiers importants et des responsabilités importantes.

* * *

[Traduction]

PRINCE EDWARD—HASTINGS

M. Daryl Kramp (Prince Edward—Hastings, PCC): Monsieur le Président, quelle famille. Aujourd'hui, j'aimerais rendre hommage aux Crawford, une famille de ma circonscription, Prince Edward—Hastings, qui compte de nombreux hockeyeurs de talent.

Floyd Crawford est l'un des plus grands joueurs de hockey de Belleville. Il a fait partie des McFarlands de Belleville, qui ont représenté le Canada lors des championnats mondiaux de hockey de 1959 et qui y ont remporté l'or. Trois des enfants de la famille Crawford, soit Bobby, Marc et Lou, ont joué dans la Ligue nationale de hockey.

Déclarations de députés

Le père, Floyd, a remporté la Coupe Allan et a été champion du monde. Marc Crawford, après avoir fait carrière en tant que joueur dans la Ligue nationale de hockey, est devenu entraîneur et a aidé l'Avalanche du Colorado à remporter la Coupe Stanley en 1996. Bobby a joué pour les Whalers de Hartford et Lou, après une brève carrière dans la Ligue nationale de hockey, est aussi devenu entraîneur: il s'est même retrouvé derrière le banc des Bulls de Belleville. J'ai entendu dire que le nom Crawford est celui que l'on retrouve le plus souvent sur les trophées remis lors de tournois de hockey. Les neuf enfants de cette famille sont compétitifs et ont remporté du succès: ensemble, ils ont laissé une marque extraordinaire sur le monde du hockey et sur Belleville, et ils sont devenus des ambassadeurs remarquables pour le Canada.

Leur succès rejaillit sur leur famille, leur collectivité et leur pays. Merci à Floyd, à Pauline et à toute la famille Crawford.

* * *

JONATHAN CROMBIE

M. Adam Vaughan (Trinity—Spadina, Lib.): Monsieur le Président, j'interviens aujourd'hui pour rendre hommage à Jonathan Crombie. Beaucoup de gens se souviennent de lui comme étant l'acteur qui a incarné Gilbert Blythe dans la populaire série télévisée *Anne... la maison aux pignons verts*.

Jonathan Crombie a aussi joué dans des pièces de théâtre présentées au Festival de Stratford et sur Broadway. Il était le fils de l'ancien ministre et député fédéral David Crombie, qui a aussi été maire de Toronto.

Mon père a été membre du conseil municipal à la même époque. J'ai rencontré Jonathan pour la première fois lors d'une visite royale à Toronto. Les enfants des conseillers municipaux étaient tous présents lorsque ces derniers ont accueilli la reine. Tous, sauf un: Jonathan se trouvait dans un bureau, occupé à faire des dessins. Je n'ai jamais vu des dessins aussi espiègles de toute ma vie. Ils étaient tous aussi drôles les uns que les autres. Il avait épinglé ses dessins au mur d'un employé qui allait avoir toute une surprise à son retour au bureau.

La reine était peut-être en ville, mais c'est Jonathan qui était sous les feux de la rampe. Grâce à ses talents, à son charme et à sa vivacité d'esprit, il a été un acteur accompli. Ce sont ces qualités qui manqueront aux membres de sa famille. Jonathan est décédé à New York plus tôt ce mois-ci. Il continuera à vivre en tant qu'acteur dans les émissions de télévision et les films auxquels il a pris part et, grâce au don de la vie, il améliore maintenant celle d'autres personnes.

Nous tenons à transmettre nos condoléances à la famille de Jonathan. Nous lui sommes reconnaissants de ses dons et ne l'oublierons jamais.

* * *

DÎNER SPORTSMAN DE 2015 AU PROFIT DES BRUINS D'ESTEVAN

M. Ed Komarnicki (Souris—Moose Mountain, PCC): Monsieur le Président, je prends la parole aujourd'hui pour féliciter quatre résidents de ma circonscription qui ont remporté des prix prestigieux à l'occasion du dîner Sportsman, tenu le 16 avril dernier, au profit des Bruins d'Estevan.

Le dîner des sportifs est la plus importante activité annuelle de financement de l'équipe de hockey d'Estevan, les Bruins.

Anthony Melle, golfeur de compétition, et Auriel Bill, joueuse émérite de water-polo, ont reçu respectivement le prix Boston-Pizza de l'athlète masculin et féminin de l'année pour le district d'Estevan. Jace Carlisle est quant à lui reparti avec le prix Kim-Anderson du

meilleur arbitre junior et Chad Chapman, avec le prix de l'entraîneur bénévole de l'année du club Kinsman d'Estevan pour son travail en hockey féminin.

À titre de député de Souris—Moose Mountain, je félicite tous les lauréats, mais aussi les bénévoles et la multitude d'autres personnes qui n'ont ménagé aucun effort pour organiser cette activité exceptionnelle.

* * *

• (1405)

[Français]

ÉLOÏSE CHARET ET ANNA CHARET

Mme Paulina Ayala (Honoré-Mercier, NPD): Monsieur le Président, samedi le 18 avril, j'ai eu l'occasion de participer au Nouvel An cambodgien célébré à la pagode Thammikaram, à Rivière-des-Prairies.

C'est à cet endroit que j'ai eu l'occasion de rencontrer deux hommes qui ont su me raconter en détail comment leur vie a été épargnée d'une mort certaine par deux magnifiques soeurs qui les ont amenés au Canada, alors qu'ils étaient des orphelins pendant les années de guerre au Cambodge et au Vietnam.

Ces héroïnes sont Éloïse et Anna Charet, qui, âgées d'à peine 22 et 20 ans, ont risqué leur vie pour sauver celle de 55 bébés et enfants. Il s'est écoulé 40 ans depuis cet acte héroïque et nous devons tous rendre hommage à ces femmes au nom des communautés cambodgienne et vietnamienne et de tous ceux et celles qui croient en l'aide humanitaire comme un don de soi, au risque même de leur vie.

Merci encore, mesdames Éloïse et Anna Charet, de votre héroïsme et votre amour. Ces enfants sont aujourd'hui vos enfants aussi.

* * *

[Traduction]

LA PRESTATION UNIVERSELLE POUR LA GARDE D'ENFANTS

L'hon. Laurie Hawn (Edmonton-Centre, PCC): Monsieur le Président, comme les Canadiens le savent, le gouvernement conservateur a récemment annoncé l'élargissement et la bonification d'un programme très populaire: la prestation universelle pour la garde d'enfants.

Cette prestation s'appliquait seulement aux enfants de moins de 6 ans et accordait 100 \$ par mois par enfant. Les ménages canadiens avec enfants recevront maintenant 160 \$ par mois par enfant de moins de 6 ans et 60 \$ par mois par enfant de 6 à 17 ans. Par année, ils recevront donc 1 920 \$ par enfant de moins de 6 ans et 720 \$ par enfant âgé de 6 à 17 ans.

Je dois cependant dire qu'à l'heure actuelle, 200 000 familles canadiennes admissibles ne se sont pas inscrites à ce programme, dont 9 834 familles de ma ville, Edmonton, ce qui représente 16 617 enfants. Pour commencer à recevoir des prestations à compter de juillet 2015, les familles doivent s'inscrire avant le 1^{er} mai 2015.

J'invite les gens qui souhaitent présenter une demande à consulter le site edsc.gc.ca et à cliquer sur l'encadré « Bonification de la prestation universelle pour la garde d'enfants — Demandez maintenant ».

Voilà comment nous aidons les meilleurs fournisseurs de services de garde, c'est-à-dire les pères et les mères, à élever leurs enfants.

L'ARMÉNIE

M. Harold Albrecht (Kitchener—Conestoga, PCC): Monsieur le Président, la semaine dernière, j'ai eu le privilège de me rendre à Erevan pour commémorer le 100^e anniversaire du génocide arménien.

Pendant mon séjour en Arménie, j'ai eu l'occasion de prendre la parole au forum mondial « Against the Crime of Genocide », d'assister à la cérémonie de canonisation des victimes du génocide et de déposer des fleurs au monument commémoratif.

Bien qu'un siècle se soit écoulé, l'horreur du génocide arménien demeure fraîche dans notre mémoire et nous continuons à donner une voix à ceux que cette tragédie a réduits au silence.

Aujourd'hui, les racines de nombreux Canadiens d'origine arménienne remontent aux survivants des événements de 1915 qui, dans cette situation de crise, ont cherché à se bâtir une nouvelle vie au Canada, pour eux et pour leur famille. La communauté arméno-canadienne a toujours apporté une contribution riche et dynamique à la société multiculturelle canadienne.

À titre de président du Groupe d'amitié Canada-Arménie et au nom de tous les députés de la Chambre, nous continuerons de commémorer les événements de 1915 et de travailler ensemble pour protéger les droits de la personne et la dignité de tous.

* * *

LE BUDGET

Mme Chris Charlton (Hamilton Mountain, NPD): Monsieur le Président, lorsque le ministre des Finances nous a présenté son budget, il n'avait pas l'intention de rendre des comptes sur la gestion des finances publiques. Il voulait plutôt lancer une campagne électorale lui permettant d'acheter des votes au moyen de petits allègements fiscaux conçus sur mesure pour les électeurs conservateurs et financés avec l'argent des autres contribuables. Heureusement, les Canadiens ne sont pas dupes.

Les économistes ont immédiatement souligné que les Canadiens aux revenus les plus élevés seraient les grands gagnants avec ce budget. Les activistes qui militent pour la justice sociale ont souligné que le budget passait sous silence la pauvreté et les changements climatiques. Une fois de plus, les conservateurs ont pillé la caisse d'assurance-emploi pour financer leurs promesses électorales plutôt que d'aider les travailleurs mis à pied.

D'autres ont indiqué que le ministère des Finances avait fait apparaître un fragile équilibre budgétaire avec de la poudre de perlimpinpin. Le budget est l'un des plus risqués des dernières années.

Le ministre des Finances lui-même a reconnu que son budget n'était pas viable, mais s'est déchargé de ses responsabilités en disant qu'il s'en remettait à la petite-fille du premier ministre pour qu'elle trouve une solution. J'étais choquée. Je ne veux pas que ma petite-fille ait à réparer les pots cassés que les conservateurs laissent intentionnellement derrière eux. Stella mérite mieux, et les Canadiens méritent mieux. En octobre, ils se porteront mieux, après avoir élu un gouvernement du NPD.

* * *

LES CÉRÉMONIES COMMÉMORATIVES DE LA LIBÉRATION DES PAYS-BAS

M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC): Monsieur le Président, je souhaite rendre hommage à un de mes concitoyens, Art Boon, un ancien combattant qui, lors du jour J, en 1944, a pris

Déclarations de députés

d'assaut les plages de Normandie avec les forces alliées, pour ensuite aller libérer les Pays-Bas de l'occupation nazie.

Art a été officiellement invité par le gouvernement des Pays-Bas à assister aux cérémonies commémoratives qui se dérouleront en Europe à l'occasion du 70^e anniversaire de la libération. Art a l'intention d'accepter cet honneur, et il souhaite que son fils Rick, qui est enseignant, soit à ses côtés lorsqu'il sera accueilli en héros aux Pays-Bas. Cependant, le conseil scolaire de district d'Avon Maitland refuse d'accorder à Rick Boon un congé non payé pour qu'il puisse assister aux cérémonies.

C'est insensé. Le gouvernement condamne vivement cette décision et demande au conseil scolaire de district d'Avon Maitland de permettre à Rick Boon d'accompagner son père lorsqu'il sera honoré.

C'est une question de respect envers les anciens combattants et leur famille. Le gouvernement conservateur appuie sans réserve la famille Boon.

* * *

● (1410)

[Français]

LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT DANS LASALLE—ÉMARD

Mme Hélène LeBlanc (LaSalle—Émard, NPD): Monsieur le Président, vendredi dernier, je participais à la conférence Écocitoyenneté et biodiversité, organisée par l'éco-quartier du Sud-Ouest.

J'y ai retrouvé Les amis du parc Angrignon et Les amis du parc Saint-Paul. Par la suite, je suis allée visiter l'exposition de photos de l'Association des amis du parc des Rapides, en partenariat avec Héritage Laurentien, au CIMME, une école-usine de LaSalle.

Samedi, une vingtaine de bénévoles ont bravé le froid pour participer à ma corvée printanière, organisée conjointement avec l'éco-quartier et l'arrondissement du Sud-Ouest. Plus de 8 mètres cubes de détritiques ont été ramassés.

Toutes ces initiatives démontrent que les citoyens de LaSalle—Émard, tout comme moi, sont engagés dans la protection de l'environnement et dans un Canada plus vert.

* * *

[Traduction]

LA SÉCURITÉ PUBLIQUE

M. Mark Warawa (Langley, PCC): Monsieur le Président, en ce qui concerne la criminalité et la violence, je suis fier de faire partie du gouvernement conservateur, qui prend des mesures décisives pour assurer la sécurité des Britanno-Colombiens. Nous avons adopté des lois rigoureuses qui permettront de rendre les rues plus sûres. Nous avons mis les membres de bandes criminelles derrière les barreaux, comme il se doit. Nous avons adopté plus de 30 mesures législatives afin de serrer la vis aux criminels, notamment de nouvelles peines de prison pour les fusillades en voiture. Fait choquant, les libéraux et les néo-démocrates ont voté contre ces mesures pleines de bon sens.

De plus, nous versons un financement considérable à la GRC pour nous assurer que les collectivités disposent d'un nombre suffisant de policiers. Rappelons que l'ancien gouvernement libéral a fermé le centre de formation de la GRC parce qu'il ne voulait pas assumer le coût de nouvelles recrues, une décision absolument aberrante.

Questions orales

Les gens de ma circonscription savent qu'ils ne peuvent compter que sur le gouvernement conservateur, sous la gouverne de notre premier ministre, pour veiller à la sécurité des Canadiens.

* * *

LE TREMBLEMENT DE TERRE AU NÉPAL

Mme Joyce Murray (Vancouver Quadra, Lib.): Monsieur le Président, les Canadiens sont choqués et attristés par les ravages causés par le tremblement de terre qui a frappé le Népal et les environs. Selon les premiers bilans, il y aurait de très nombreux morts, et beaucoup de survivants sont encore coincés sous les décombres. Je suis ravie que le Canada ait envoyé au Népal son équipe de militaires spécialisés dans les interventions en cas de catastrophe, l'EICC, et toutes sortes de fournitures pour parer au plus urgent. Je signale que la Colombie-Britannique a aussi dépêché des équipes d'intervention d'urgence sur place. Je demande au gouvernement de s'engager à fournir de l'aide à la reconstruction une fois que la mission de recherche et de sauvetage sera terminée.

C'est dans les occasions comme celle-là que les Canadiens comprennent à quel point ils sont choyés que les Forces armées canadiennes aient les capacités nécessaires pour intervenir rapidement en cas de catastrophe et venir en aide à ceux qui en ont le plus besoin.

Je crois m'exprimer au nom de tous les Canadiens lorsque j'offre nos plus sincères condoléances à tous ceux et celles qui ont perdu un être cher dans cette tragédie. Espérons que la contribution du Canada à l'opération de sauvetage permettra de sauver de nombreuses vies.

* * *

[Français]

L'HONORABLE PIERRE CLAUDE NOLIN

M. Jacques Gourde (Lotbinière—Chutes-de-la-Chaudière, PCC): Monsieur le Président, c'est avec beaucoup d'émotion que je veux rendre hommage à l'honorable sénateur Pierre Claude Nolin et offrir mes condoléances à ses proches et à tous ceux qui ont eu le privilège de le côtoyer comme ami ou collègue.

Notre fédération canadienne perd un homme d'une grande sagesse, avec une lecture et une compréhension de la vie qui lui ont permis d'occuper l'un des postes les plus prestigieux, Président du Sénat.

L'honorable Pierre Claude Nolin était un homme intègre et d'une droiture exemplaire. Sa prestance et ses convictions en ont conquis plus d'un.

Pour moi, ses qualités d'homme d'exception sont l'image que tout homme du Parlement du Canada espère laisser en héritage à notre grand pays. Je pense, entre autres, à son courage indéfectible, à sa franchise et à son authenticité.

La contribution que laisse l'honorable Pierre Claude Nolin ne peut se dire en une minute.

J'offre mes condoléances à son épouse, Camille, à ses enfants, Simon, Louis et Virginie, ainsi qu'à sa famille et à ses proches.

Nous honorerons dignement sa mémoire et nous nous souviendrons de lui longtemps.

●(1415)

LES PUBLICITÉS GOUVERNEMENTALES

M. Alexandre Boulerice (Rosemont—La Petite-Patrie, NPD): Monsieur le Président, les libéraux ont déposé une motion pour dénoncer les publicités partisans des conservateurs à même les fonds publics. Les libéraux disent, et je cite, qu'« il s'agit d'un affront pour les contribuables qui gagnent durement leur argent et qui s'attendent à ce que le gouvernement gère respectueusement cet argent ».

Qu'on me pince, car je dois être en train de rêver! Les libéraux qui essaient de faire la leçon aux conservateurs et qui prétendent défendre les contribuables, c'est à peu près comme mettre le colonel Sanders en charge du poulailler.

Les libéraux ont-ils déjà oublié leur scandale des commandites? En matière de publicité partisane sur le dos des contribuables, les libéraux pourraient faire la leçon aux conservateurs et leur en montrer.

Einstein disait que la définition de la folie, c'était de répéter constamment les mêmes gestes et espérer un résultat différent.

Mais heureusement, les Canadiens et les Québécois, eux, ne sont pas fous, et au mois d'octobre prochain, en votant pour un gouvernement néo-démocrate, ils vont enfin obtenir un résultat différent.

* * *

[Traduction]

LE BUDGET

Mme Roxanne James (Scarborough-Centre, PCC): Monsieur le Président, le gouvernement n'a pas l'intention de s'excuser parce qu'il informe les Canadiens de la classe moyenne des mesures qui leur permettront de garder plus d'argent dans leurs poches. Nous tenons par exemple à ce que les Canadiens connaissent les modalités de la nouvelle baisse d'impôt pour les familles ou de la version bonifiée de la prestation universelle pour la garde d'enfants, qui viendra en aide à la totalité des familles avec enfants. La vaste majorité de ces mesures sont d'ailleurs destinées aux familles à faible revenu ou à revenu moyen.

De leur côté, les libéraux et les néo-démocrates ne veulent pas que les Canadiens soient mis au courant de ces initiatives. Pourquoi? Parce qu'ils veulent alourdir le fardeau fiscal des familles et des aînés de la classe moyenne et faire payer plus de taxes aux consommateurs de la classe moyenne. Voilà en quoi consistent leurs projets pour la classe moyenne. On est loin du gouvernement, qui préfère alléger le fardeau fiscal de la classe moyenne et de la population canadienne en général.

QUESTIONS ORALES

[Français]

LE NÉPAL

Mme Hélène Laverdière (Laurier—Sainte-Marie, NPD): Monsieur le Président, nos pensées sont avec tous ceux qui sont touchés par le terrible séisme qui a eu lieu au Népal en fin de semaine.

Alors que la communauté internationale se mobilise pour offrir une aide humanitaire, le Canada a un rôle très important à jouer.

Questions orales

Le gouvernement est-il prêt à doubler le montant que l'ensemble des Canadiens va donner aux divers organismes qui sont sur le terrain, comme il l'a fait pour d'autres catastrophes?

[Traduction]

L'hon. Christian Paradis (ministre du Développement international et ministre de la Francophonie, PCC): Monsieur le Président, nos pensées et nos prières accompagnent les victimes du désastre.

J'ai été heureux d'annoncer aujourd'hui la création d'un fonds de contrepartie. Nous avons réagi très rapidement à la situation en dégageant 5 millions de dollars en aide humanitaire. Aujourd'hui, j'annonce officiellement qu'il y aura un fonds de contrepartie.

Les Canadiens ont de quoi être fiers. Eux qui sont si généreux seront en mesure de participer à l'aide que le gouvernement fournit au Népalais pour qu'ils se remettent du désastre.

Mme Megan Leslie (Halifax, NPD): Monsieur le Président, nous sommes de tout coeur avec les personnes touchées par le tremblement de terre dévastateur survenu le week-end dernier au Népal, dont le nombre de victimes ne cesse d'augmenter.

Le gouvernement peut-il faire le point sur le secours offert par le Canada jusqu'à présent et l'aide apportée aux Canadiens prisonniers du désastre?

L'hon. Christian Paradis (ministre du Développement international et ministre de la Francophonie, PCC): Monsieur le Président, je le répète, nous avons dégagé initialement 5 millions de dollars en aide humanitaire. Cette contribution servira à fournir de l'eau potable et de la nourriture aux personnes dans le besoin, de même que des fournitures médicales et des abris.

Par ailleurs, je viens tout juste d'annoncer qu'un fonds de contrepartie a été créé. Nous allons continuer à surveiller la situation et prendrons les mesures nécessaires pour aider les Népalais à traverser cette crise.

Nous expédierons bientôt des fournitures de secours de nos réserves nationales d'urgence. Nous surveillons la situation afin...

Le Président: La députée d'Halifax a la parole.

* * *

[Français]

LE BUDGET

Mme Megan Leslie (Halifax, NPD): Monsieur le Président, dans son dernier budget, le ministre des Finances a décidé de refiler la facture de ses mesures régressives à nos petits-enfants. Il ne s'attaque pas à la plus grande dette économique, sociale et écologique que le gouvernement conservateur laisse aux prochaines générations.

Pourquoi le ministre a-t-il déposé un budget clairement à l'avantage des plus riches au lieu de mettre en avant des mesures pour aider les familles de la classe moyenne?

● (1420)

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, évidemment les néo-démocrates croient que les gens gagnant moins de 60 000 \$ par année sont trop riches. Presque les deux tiers des individus qui ont maximisé leur compte d'épargne libre d'impôt gagnent moins de 60 000 \$ par année. Nous allons leur permettre d'épargner davantage, sans devoir payer d'impôt sur l'intérêt.

Les néo-démocrates veulent augmenter les impôts et les taxes de ces personnes. Nous n'allons pas leur permettre de faire cela.

[Traduction]

LA FISCALITÉ

M. Nathan Cullen (Skeena—Bulkley Valley, NPD): Monsieur le Président, les Canadiens financeront pendant des générations les cadeaux que les conservateurs font aux riches. Et pour comble d'insulte, les conservateurs dépenseront 13,5 millions de dollars de notre argent pour faire la promotion de leurs mauvaises idées.

Aujourd'hui, le directeur parlementaire du budget a confirmé que les conservateurs donneront des milliards de dollars aux mieux nantis, mais qu'ils laisseront les Canadiens de la classe moyenne perdre de plus en plus de terrain. Ces derniers cadeaux des conservateurs coûteront des dizaines de milliards de dollars cette année, et le doublement de la limite de cotisation au CELI sera deux fois plus avantageux pour la tranche de 20 % de la population qui est la plus riche que pour toutes les autres tranches de la population combinées.

Alors que tant de familles ont de la difficulté à trouver des services de garde abordables et que tant de Canadiens cherchent du travail, pourquoi les conservateurs sont-ils aussi déterminés à aider les riches?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, les néo-démocrates pensent que les gens qui gagnent moins de 60 000 \$ par année sont riches. C'est ce qu'ils laissent entendre.

Les personnes qui profiteront de la hausse de la limite de cotisation au compte d'épargne libre d'impôt sont celles qui y ont déjà versé le montant maximal. Les deux tiers d'entre elles gagnent moins de 60 000 \$ par année. Elles ont peut-être reçu un petit héritage d'un membre de leur famille qui est décédé, ou elles doivent peut-être retirer de l'argent de leur REER ou de leur FERR et cherchent donc un endroit où le mettre à l'abri du gouvernement.

La seule façon dont elles pourront y parvenir, c'est en réélisant un gouvernement conservateur, car le NPD leur reprendrait cet argent sous forme d'impôt.

M. Nathan Cullen (Skeena—Bulkley Valley, NPD): Monsieur le Président, le ministre des Finances des conservateurs a déjà reconnu que nos petits-enfants financeront les cadeaux qu'il fait aux riches.

La proposition des conservateurs voulant doubler le plafond du CELI est un stratagème dont bénéficieront en grande partie les riches. Il s'agit d'un cadeau fiscal à la Robin des Bois qui favorise les riches. Selon le directeur parlementaire du budget, les Canadiens les plus riches obtiendront pratiquement 10 fois plus que l'ensemble des contribuables de la classe moyenne. Les familles de la classe moyenne devront donc travailler encore plus fort pour joindre les deux bouts et pour financer cette nouvelle subvention conservatrice.

Pourquoi les conservateurs dépensent-ils 13,5 millions de dollars pour annoncer des cadeaux pour les riches mais refusent-ils d'investir un traître sou pour créer des places en garderie pour les autres Canadiens?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, permettez-moi de citer le ministère des Finances du Canada: « environ 60 % des particuliers qui ont versé le montant maximal à leur CELI avaient un revenu inférieur à 60 000 \$ en 2013. » Voilà ce qu'on peut lire à la page 260 du budget.

Questions orales

Les députés néo-démocrates veulent augmenter l'impôt des personnes dont le revenu annuel est inférieur à 60 000 \$. C'est justement la chose à ne pas faire aux familles. Les néo-démocrates veulent éliminer la prestation universelle pour la garde d'enfants et augmenter l'impôt des familles. Nous ne les laisserons pas faire.

* * *

[Français]

LES PUBLICITÉS GOUVERNEMENTALES

M. David McGuinty (Ottawa-Sud, Lib.): Monsieur le Président, le premier ministre prêche aux Canadiens d'être frugaux d'un côté, tout en gaspillant plus de 750 millions de dollars en publicités partisans et inefficaces de l'autre. Il préfère dépenser des centaines de millions de dollars des contribuables en autopromotion au lieu d'aider la classe moyenne, de créer des emplois et de faire croître l'économie.

Le premier ministre s'engage-t-il aujourd'hui à mettre fin à ce gaspillage et à soumettre les publicités à un tiers parti pour vérification avant qu'elles ne soient publiées?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, nous informons les familles des réductions d'impôt et de l'augmentation des avantages que nous leur accordons. Commençons par les diminutions d'impôt: nous mettons en place des baisses d'impôt pour les familles qui permettent aux couples de fractionner leurs revenus pour réduire leurs impôts de 2 000 \$ par année; et nous augmentons la prestation universelle pour la garde d'enfants, soit 2 000 \$ pour chaque enfant de moins de 6 ans et 720 \$ pour chaque enfant de 6 à 17 ans.

Les libéraux ne veulent pas que les familles sachent que ces avantages existent parce qu'ils veulent enlever cet argent et augmenter les impôts.

• (1425)

[Traduction]

M. David McGuinty (Ottawa-Sud, Lib.): Monsieur le Président, les libéraux, à l'instar des Canadiens, ne veulent pas que le gouvernement dépense 29 millions de dollars pour 9 800 panneaux d'affichage.

Le premier ministre prêche l'austérité, mais, et c'est cynique, il dépense plus de 750 millions de dollars pour des publicités partisans inefficaces et inutiles. Il préfère dépenser des centaines de millions de dollars pour des publicités autopromotionnelles au lieu d'aider la classe moyenne, de créer des emplois et de stimuler la croissance économique.

Il a aujourd'hui l'occasion de changer le processus. S'engagera-t-il aujourd'hui à cesser de gaspiller éhontément l'argent des contribuables et à soumettre toutes les publicités à un processus d'examen par un tiers chargé de les approuver avant qu'elles ne soient publiées?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, maintenant que le premier ministre a équilibré le budget du gouvernement, il peut aider les familles à équilibrer le leur. Il a présenté l'allègement fiscal pour les familles, qui permet aux parents de fractionner leur revenu afin d'économiser jusqu'à 2 000 \$ en impôt par an. Il bonifie la prestation universelle pour la garde d'enfants à 2 000 \$ pour les enfants de moins de 6 ans et à 720 \$ pour les enfants de 6 à 17 ans.

Malheureusement, 200 000 familles ne se sont pas inscrites pour recevoir cette prestation universelle bonifiée pour la garde d'enfants.

Elles ont jusqu'à vendredi pour s'inscrire afin de recevoir le versement forfaitaire de juillet. Les libéraux ne veulent pas que les parents touchent ces prestations. En fait, les libéraux les en priveraient totalement. Voilà pourquoi ils ne veulent pas que nous informions les familles de l'existence de ces prestations.

* * *

LE BUDGET

M. David McGuinty (Ottawa-Sud, Lib.): Monsieur le Président, pendant la fin de semaine, le ministre des Finances a admis qu'il n'avait pas la moindre idée du nombre d'emplois que le budget allait créer. Quand on lui a dit que la modification au plafond de cotisation au compte d'épargne libre d'impôt coûterait des milliards de dollars et ne créerait pas de nouveaux emplois, le ministre des Finances a dit que ce serait à la petite-fille du premier ministre de régler ce problème.

C'est aujourd'hui que les Canadiens sont inquiets en ce qui concerne la situation de l'emploi. Où est le plan du ministre axé sur l'emploi et la croissance qui vise la classe moyenne ainsi que ceux qui travaillent si fort pour en faire partie?

L'hon. Kevin Sorenson (ministre d'État (Finances), PCC): Monsieur le Président, comme le député le sait, c'est grâce au leadership fort du gouvernement conservateur que le Canada a pu se sortir de la récession économique mondiale et créer, net, 1,2 million d'emplois. Le budget foisonne de nouvelles mesures qui créeront des emplois, comme la réduction du taux d'imposition des petites entreprises, l'appui aux provinces afin d'harmoniser la formation des apprentis, la promotion de la certification Sceau bleu et le développement de programmes de formation qui répondent aux besoins des employeurs.

On sait que les libéraux veulent alourdir le fardeau fiscal de la classe moyenne. Toutefois, ce plan éliminerait des emplois et appauvrirait les familles. Les Canadiens savent qu'ils sont mieux servis par l'actuel gouvernement conservateur.

* * *

L'ÉTHIQUE

M. Murray Rankin (Victoria, NPD): Monsieur le Président, des éléments de preuve présentés au procès de l'ancien sénateur conservateur Mike Duffy soulèvent de nouvelles questions au sujet de la participation du cabinet du premier ministre à des activités de lobbying et à des communications tenues secrètes entre Mike Duffy et de hauts dirigeants d'Enbridge.

Pourquoi le premier ministre a-t-il demandé à Mike Duffy de lui envoyer une note sur les problèmes concernant la ligne 9 d'Enbridge le 17 février 2012? Que contenait la note que M. Duffy a acheminée le 20 février 2012 au chef de cabinet du premier ministre et à de hauts dirigeants d'Enbridge?

M. Paul Calandra (secrétaire parlementaire du premier ministre et pour les Affaires intergouvernementales, PCC): Monsieur le Président, je rejette totalement la prémisse de cette question et vais m'abstenir de formuler des commentaires sur une affaire qui se trouve actuellement devant les tribunaux.

Le député pourrait nous aider, les Canadiens et moi, à recouvrer la somme de 2,7 millions de dollars que le NPD a dépensée pour des bureaux illégaux. Soixante-huit membres du caucus néo-démocrate doivent 2,7 millions de dollars aux contribuables canadiens, et c'est sans compter les 1,1 million de dollars que ce parti doit aussi pour avoir fait de la publicité illégale. On pourrait peut-être aborder ce sujet dans une question complémentaire.

Questions orales

[Français]

Mme Ève Pécelet (La Pointe-de-l'Île, NPD): Monsieur le Président, on sait maintenant que l'ex-sénateur Mike Duffy n'a pas été nommé au Sénat seulement pour faire ou modifier des projets de loi. Ses discussions avec l'entourage du premier ministre et les compagnies pétrolières faisaient partie de ses tâches. Son journal rapporte que, le 4 avril 2012, il a parlé directement au premier ministre des projets de la compagnie Enbridge.

Le premier ministre peut-il confirmer qu'il a bien eu cette discussion avec Mike Duffy en avril 2012?

M. Paul Calandra (secrétaire parlementaire du premier ministre et pour les Affaires intergouvernementales, PCC): Monsieur le Président, je rejette les prémisses de cette question, mais il y a une autre question très importante.

Il y a 68 députés du NPD qui ont utilisé les ressources de la Chambre, enfreignant ainsi les règles de celle-ci. Cette députée a utilisé plus de 25 000 \$ en enfreignant les règles de la Chambre. J'espère qu'elle fera le bon choix de remboursera aux contribuables cette somme de plus de 25 000 \$.

* * *

● (1430)

LE BUDGET

Mme Peggy Nash (Parkdale—High Park, NPD): Monsieur le Président, c'est une question de choix: les conservateurs ont fait le choix de ne pas aider les familles à épargner pour leur retraite et de ne pas aider les chômeurs à trouver du travail. Le ministre des Finances ne sait pas lui-même combien d'emplois son budget va créer.

Pourquoi les conservateurs n'ont-ils pas investi dans des mesures qui créeront des emplois pour la classe moyenne, au lieu de favoriser les mieux nantis?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, nous créons des emplois en réduisant les taxes des petites et moyennes entreprises.

Cela va permettre à celles-ci d'engager davantage d'employés. En même temps, notre programme est en train de former plus de 500 000 apprentis. Ce sont toutes des mesures qui aident à créer des emplois surtout pour nos jeunes. Les néo-démocrates veulent augmenter les impôts et les taxes des petites et moyennes entreprises pour payer les coûts élevés de la bureaucratie. Nous allons les empêcher de faire cela.

[Traduction]

Mme Peggy Nash (Parkdale—High Park, NPD): Monsieur le Président, le ministre des Finances n'escamote pas les faits, il est certain que son budget léguera un fardeau économique aux générations futures, tout en offrant des milliards en cadeau aux mieux nantis, mais il ne sait pas du tout s'il créera des emplois.

Il y a 1,3 million de Canadiens qui cherchent du travail. Ils avaient besoin d'aide pour trouver un bon emploi qui leur aurait permis de subvenir aux besoins de leur famille et d'économiser en prévision de la retraite, mais les conservateurs les ont laissés en plan. Pourquoi donner des milliards aux riches est-il plus important que de créer de bons emplois pour les Canadiens?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, notre programme en matière de création

d'emplois s'appuie sur des baisses d'impôt, la formation et le commerce.

En ce qui concerne les baisses d'impôt, nous avons réduit le taux d'imposition des petites entreprises de 11 à 9 %. Cette baisse libérera des fonds qui permettront aux propriétaires de petites entreprises d'embaucher des gens dans leur collectivité.

Pour ce qui est de la formation, nous avons accordé 500 000 subventions aux apprentis qui préparent les électriciens, les plombiers, les menuisiers et d'autres pour les bons emplois rémunérateurs de l'avenir.

Enfin, le libre-échange avec l'Europe créera, net, 80 000 emplois.

Le NPD s'oppose à chacun de ces trois volets.

Mme Peggy Nash (Parkdale—High Park, NPD): Monsieur le Président, le ministre des Finances n'a aucune idée du nombre d'emplois que le budget créera au Canada. Cependant, une chose est sûre: les conservateurs stimulent l'emploi au Mexique.

Exportation et développement Canada a annoncé l'octroi d'un prêt de 526 millions de dollars à Volkswagen sans exiger d'engagement de contrepartie à l'égard de la création d'emplois au Canada. Les conservateurs ont laissé tomber le secteur de l'automobile et ils ont présidé à la disparition de 400 000 bons emplois dans l'industrie de la fabrication. Comment diable peuvent-ils justifier d'investir dans des emplois au Mexique alors que 1,3 million de Canadiens sont au chômage?

L'hon. Kevin Sorenson (ministre d'État (Finances), PCC): Monsieur le Président, grâce aux mesures que le gouvernement a adoptées depuis qu'il est au pouvoir, le Canada affiche le meilleur bilan du G7 au chapitre de la création d'emplois. Le Plan d'action économique de 2015 stimulera encore davantage l'emploi en réduisant le taux d'imposition des petites entreprises, en garantissant l'arrimage de la formation aux besoins du marché du travail et en investissant dans les infrastructures fédérales. Cependant, le NPD et le Parti libéral entendent annuler toutes ces mesures créatrices d'emplois et hausser les impôts. Ils entendent hausser les impôts des Canadiens de la classe moyenne. Nous ne les laisserons pas faire.

[Français]

Mme Anne Minh-Thu Quach (Beauharnois—Salaberry, NPD): Monsieur le Président, je tiens à rappeler que le secteur manufacturier a perdu 400 000 emplois à cause des conservateurs. L'automne dernier, les conservateurs disaient que cela coûtait trop cher d'aider Ford à créer 1 000 emplois à Windsor. Ils ont tout de même trouvé 525 millions de dollars pour aider Volkswagen à créer des emplois au Mexique.

Pourquoi le budget conservateur contient-il des millions de dollars pour délocaliser des emplois au Mexique et rien pour créer des emplois pour la classe moyenne ici au Canada?

[Traduction]

L'hon. Ed Fast (ministre du Commerce international, PCC): Monsieur le Président, il n'y a rien de plus faux. L'entente conclue avec VW créera des emplois et des débouchés pour les fabricants canadiens, car ils auront accès aux chaînes d'approvisionnement d'une grande multinationale, qui brasse d'ailleurs déjà de grosses affaires au Canada, avec des fabricants canadiens d'automobiles. Nous voulons ouvrir le monde aux fabricants canadiens d'automobiles.

De ce côté-ci de la Chambre, nous croyons qu'il faut aider les fabricants canadiens et leur ouvrir des débouchés dans le monde entier, aussi bien pour le commerce que pour l'investissement. C'est ce que fait le gouvernement.

Questions orales

•(1435)

[Français]

LE DÉVELOPPEMENT SOCIAL

Mme Sadia Groguhé (Saint-Lambert, NPD): Monsieur le Président, l'automne dernier 11 000 Canadiens auxquels le gouvernement a refusé des prestations d'invalidité attendaient encore d'être entendus par le Tribunal de la sécurité sociale du Canada. Le ministre de l'Emploi se vantait d'avoir mis sur pied une équipe de pointe pour éliminer le retard d'ici cet été. Depuis le mois de décembre, les soi-disant renforts ont seulement réglé les demandes de 428 Canadiens.

Pourquoi les conservateurs se démènent-ils pour plaire aux mieux nantis tandis qu'ils rompent les promesses qu'ils font aux familles de la classe moyenne?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, mon prédécesseur a mis en place un plan pour mettre des fonctionnaires au travail afin d'aider à éliminer la liste des gens en attente de prestations. Nous faisons du progrès. Les employés essaient de régler des dossiers avant même qu'ils aillent devant le tribunal. Nous allons continuer à faire avancer ce plan afin de rendre des décisions plus rapides aux gens dans le besoin.

[Traduction]

Mme Jinny Jogindera Sims (Newton—Delta-Nord, NPD): Monsieur le Président, des milliers de Canadiens ayant un handicap, dont certains ayant une maladie mentale, sont sans revenu depuis des années parce qu'ils sont en attente d'une audience devant le Tribunal de la sécurité sociale. Les conservateurs ont promis de remettre de l'ordre dans tout cela et de régler rapidement ces cas. Nous venons toutefois d'apprendre qu'il s'agit encore une fois d'une promesse non tenue. Une partie seulement de ces gens ont vu leur dossier se régler. Les autres attendent toujours.

Ces Canadiens ont besoin d'aide dès aujourd'hui. Combien de temps les Canadiens les plus vulnérables devront-ils encore attendre avant que les conservateurs réparent leur gâchis?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, mon prédécesseur a instauré des mesures visant à rattraper le retard accumulé. Les fonctionnaires du ministère de l'Emploi et du Développement social étudient les dossiers en attente afin de trouver une façon d'arriver à un règlement qui évitera aux plaignants de passer devant le tribunal. Cette mesure permettra de réduire l'arriéré des demandes, que nous sommes en bonne voie d'éliminer complètement d'ici la fin de l'été.

Mme Jinny Jogindera Sims (Newton—Delta-Nord, NPD): Monsieur le Président, les besoins de ces gens sont criants. Ils ont de graves troubles de santé; certains d'entre eux sont en dépression et suicidaires. Leurs problèmes sont d'autant plus graves qu'ils n'ont pas de revenu. Or, pour eux, il n'y a que retards et promesses non tenues de la part du gouvernement. Les Canadiens vulnérables font les frais de l'incompétence des conservateurs. Ils méritent mieux que cela.

Les conservateurs répareront-ils leur gâchis et permettront-ils enfin à ces gens de faire rapidement l'objet d'audiences équitables?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, nous souhaitons régler une bonne partie de ces dossiers sans qu'ils fassent l'objet d'une audience. C'est pourquoi des médecins et des spécialistes en matière d'invalidité de mon ministère étudient ces dossiers afin de les régler, d'offrir des

indemnités aux personnes handicapées et d'éliminer complètement l'arriéré d'ici la fin de l'été.

* * *

LE BUDGET

Mme Chrystia Freeland (Toronto-Centre, Lib.): Monsieur le Président, Michael Kinsley disait qu'une gaffe, c'est le moment où un politicien dit accidentellement la vérité. C'est ce qui s'est produit lorsque notre ministre des Finances habituellement invisible a déclaré que le coût élevé du doublement du plafond de cotisation à un CELI serait un problème à résoudre pour la petite-fille du premier ministre. Il a ainsi révélé le désabusement et l'approche à court terme dont est empreinte la politique économique du gouvernement conservateur ainsi que son manque total de vision à long terme pour le Canada.

Pourquoi les conservateurs creusent-ils des milliards de dollars de dette à léguer à nos petits-enfants avec cet allègement fiscal de 10 000 \$ pour les bien nantis? Quel est leur plan pour la croissance et les emplois à long terme?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, la députée pourrait peut-être nous expliquer quelque chose à propos des gaffes. C'est elle qui souhaite une fiscalité plus lourde. Le chef de son parti affirme que les budgets s'équilibrent tout seuls. Le jour de la présentation du budget, il a dit qu'il hausserait les impôts des petites entreprises, alors que le premier ministre annonçait une réduction de ces impôts.

Au parti conservateur, nous nous soucions davantage de voir à ce que les contribuables aient de l'argent dans les poches. Les députés d'en face, eux, se demandent avant tout si l'appareil bureaucratique de l'État et les politiciens auront assez d'argent dans 40 ans. Nous réduisons le fardeau fiscal aujourd'hui.

•(1440)

Mme Chrystia Freeland (Toronto-Centre, Lib.): Monsieur le Président, je suis fière de dire que nous nous inquiétons de la solvabilité à long terme du gouvernement du Canada. Nous sommes également préoccupés par l'emploi et la croissance à l'heure actuelle.

Selon Jennifer Robson, économiste à l'Université Carleton, le plan de fractionnement du revenu des conservateurs s'adressera tout au plus à 12,9 % de toutes les familles canadiennes et, au maximum, à un tiers des familles qui ont des enfants.

Les deux tiers des familles qui ont des enfants ne pourront même pas économiser un seul dollar grâce à ces soi-disant allègements fiscaux destinés aux familles. Quand les conservateurs commenceront-ils à aider ceux qui en ont besoin, au lieu de s'attarder à ceux qui n'ont pas besoin d'aide?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, les allègements fiscaux et les prestations destinés aux familles aideront 100 % des familles. Le gouvernement autorisera le fractionnement du revenu pour les couples, qui pourront ainsi économiser jusqu'à 2 000 \$ par année, et il augmentera la prestation universelle pour la garde d'enfants, qui totalisera 2 000 \$ par année pour les enfants de moins de six ans et 720 \$ pour les enfants de 6 à 17 ans.

Les libéraux admettent déjà qu'ils augmenteraient les impôts de millions de familles canadiennes et qu'ils élimineraient la prestation universelle pour la garde d'enfants. Nous ne les laisserons pas faire.

Questions orales

M. Adam Vaughan (Trinity—Spadina, Lib.): Monsieur le Président, le ministre des Finances dit n'avoir aucune idée du nombre d'emplois qui seront créés par son budget. Ce n'est guère surprenant, puisque la plupart des Canadiens ne savent pas du tout pourquoi il est ministre des Finances. Je me demande même s'il occupe vraiment ce poste.

Le ministre n'a pas de chiffres réels à fournir parce que le budget n'en contient aucun. Par exemple, pas un sou du nouveau fonds d'infrastructure ne sera versé cette année, ce qui veut dire qu'il n'y aura pas de nouveaux ponts, pas de nouvelles usines de traitement des eaux, pas de nouveaux projets pour le transport en commun et pas de nouveaux logements. Rien de cela ne sera construit à cause de l'inaction du ministre.

Pourquoi le ministre ne veut-il pas lutter contre le chômage? Pourquoi ne veut-il pas aider les Canadiens les plus vulnérables? Pourquoi ne veut-il pas investir dans les villes dès maintenant?

L'hon. Denis Lebel (ministre de l'Infrastructure, des Collectivités et des Affaires intergouvernementales et ministre de l'Agence de développement économique du Canada pour les régions du Québec, PCC): Monsieur le Président, j'aimerais citer le maire John Tory, qui a parlé d'un « grand pas en avant » pour Toronto et pour le pays.

C'est une bonne nouvelle pour Toronto et pour les villes de l'ensemble du pays. Le gouvernement fédéral s'est engagé à mettre en place un fonds consacré au transport en commun. C'est du bon boulot.

* * *

[Français]

LES AFFAIRES AUTOCHTONES

M. Jonathan Genest-Jourdain (Manicouagan, NPD): Monsieur le Président, les conservateurs laissent tomber une autre génération d'enfants autochtones dans leur dernier budget.

Chaque enfant au Canada, peu importe où il habite et son origine, mérite une éducation de qualité. Toutefois, au lieu de faire partie de la solution, les conservateurs préfèrent faire partie du problème en rejetant la faute de leur échec avec le projet de loi C-33 sur les collectivités autochtones.

Pourquoi le premier ministre refuse-t-il d'honorer son engagement d'investir 1,9 milliard de dollars pour combler le sous-financement en éducation autochtone?

L'hon. Bernard Valcourt (ministre des Affaires autochtones et du développement du Nord canadien, PCC): Monsieur le Président, notre gouvernement est d'avis que les étudiants des Premières Nations, comme tous les autres Canadiens d'ailleurs, méritent d'avoir accès à un système d'éducation de qualité.

Voilà pourquoi depuis 2006, notre gouvernement a investi plus de 10 milliards de dollars pour soutenir l'éducation élémentaire et secondaire pour plus de 117 000 étudiants des Premières Nations vivant dans les réserves. La semaine dernière, dans le dernier budget, nous avons annoncé l'investissement de 200 millions de dollars pour améliorer le système d'éducation, et nous allons continuer dans la même veine.

[Traduction]

Mme Carol Hughes (Algoma—Manitoulin—Kapusksing, NPD): Monsieur le Président, il n'y a pas que dans le dossier de l'éducation des Premières Nations que les conservateurs ont failli à la tâche. Dans celui des services de santé, on dirait quasiment que les Autochtones vivent dans un autre pays.

Même si les taux de maladies chroniques et la mortalité infantile sont plus élevés chez les Premières Nations et les Inuits, le gouvernement conservateur a coupé dans les services les plus élémentaires et les a rendus plus difficiles d'accès. La santé des Autochtones est pour ainsi dire absente du dernier budget conservateur.

Pourquoi le gouvernement conservateur a-t-il abdicqué ses responsabilités dans le domaine des soins de santé pour les Autochtones?

Mme Cathy McLeod (secrétaire parlementaire de la ministre de la Santé et pour la Diversification de l'économie de l'Ouest canadien, PCC): Monsieur le Président, le gouvernement a à cœur la santé et la sécurité de tous les Canadiens, y compris des Autochtones. Nous consacrons plus de 2,5 milliards de dollars aux programmes et aux services de santé destinés aux Autochtones, ce qui nous permet notamment d'offrir des soins infirmiers jour et nuit dans plus de 80 localités éloignées ainsi que des soins communautaires et à domicile. Nous consacrons en outre 34,5 millions de dollars à l'amélioration des services de santé dans les communautés autochtones. Ce ne sont que quelques exemples des mesures extrêmement importantes que nous prenons pour voir à la santé des Autochtones.

M. Romeo Saganash (Abitibi—Baie-James—Nunavik—Eeyou, NPD): Monsieur le Président, le ministre voudrait en plus faire croire aux Premières Nations qu'il leur fait une faveur en coupant dans les services. C'est le bouquet! Il s'en prend aux plus pauvres du pays en diminuant les prestations d'aide sociale versées aux Premières Nations du Nouveau-Brunswick.

Le ministre croit-il vraiment que c'est simplement par inertie que les Premières Nations restent prestataires de l'aide sociale? Ne croit-il pas que le fort taux de chômage dans cette partie du pays pèse aussi dans la balance?

• (1445)

L'hon. Bernard Valcourt (ministre des Affaires autochtones et du développement du Nord canadien, PCC): Monsieur le Président, le gouvernement estime que, quelle que soit la région du Canada, le montant des prestations d'aide sociale versées aux Premières Nations devrait être comparable à celui des prestations provinciales. L'harmonisation des politiques relatives aux programmes d'aide gouvernementale avec les politiques nationales s'est faite en collaboration avec les Premières Nations de l'Atlantique.

Comme le député le sait pertinemment, cette affaire est devant les tribunaux, alors je n'en dirai pas plus.

[Français]

M. Romeo Saganash (Abitibi—Baie-James—Nunavik—Eeyou, NPD): Monsieur le Président, c'est tout simplement honteux. Toutefois, de tels propos ne devraient plus nous surprendre de la part des conservateurs.

Selon le chef George Ginnish, les coupes prévues voudraient dire, pour une famille de quatre, un revenu d'environ 908 \$ par mois, bien en-dessous du seuil de la pauvreté. Pourtant, le ministre voudrait nous faire que c'est pour leur bien.

Le ministre pense-t-il vraiment que c'est parce qu'elles sont trop passives que les Premières Nations du Nouveau-Brunswick reçoivent de l'aide sociale?

L'hon. Bernard Valcourt (ministre des Affaires autochtones et du développement du Nord canadien, PCC): Monsieur le Président, la réponse sera la même en français qu'en anglais.

Questions orales

Nous appliquons tout simplement la directive nationale qui prévoit que les taux d'assistance sociale donnée aux membres des Premières Nations dans les provinces doivent être paritaires et comparables à ceux donnés dans la province en question. Comme le député le sait très bien, cette affaire est devant la cour à l'heure actuelle. Je ne la commenterai donc pas davantage.

* * *

[Traduction]

LE NÉPAL

M. John Williamson (Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, PCC): Monsieur le Président, les Canadiens sont prêts à intervenir à la suite du séisme désastreux qui a secoué le Népal et le Nord de l'Inde la fin de semaine dernière. Le nombre de décès et la crise humanitaire qui sévit à la suite de cette catastrophe sont inimaginables. Je sais que les députés souhaitent transmettre leurs plus sincères condoléances aux personnes touchées.

Le Canada est toujours au premier rang quand il s'agit d'aider des gens dans le besoin. Le ministre des Affaires étrangères pourrait-il parler à la Chambre des mesures que prend le gouvernement à la suite de ce désastre naturel?

L'hon. Rob Nicholson (ministre des Affaires étrangères, PCC): Monsieur le Président, au nom de tous les Canadiens, je tiens à transmettre nos plus sincères condoléances aux personnes touchées par le séisme survenu au Népal et dans le Nord de l'Inde.

Le Canada participe aux efforts, comme toujours. Nous avons déployé l'Équipe d'intervention en cas de catastrophe. Un avion C-17 Globemaster transporte des approvisionnements et du matériel jusqu'à la région touchée. De plus, comme l'a souligné mon collègue, le Canada a annoncé une aide de 5 millions de dollars et déployé des employés consulaires supplémentaires pour venir en aide aux Canadiens. Nous continuerons de collaborer avec nos partenaires internationaux et demeurons prêts à faire le nécessaire pour aider les gens dans le besoin.

* * *

LA SÉCURITÉ PUBLIQUE

M. Randall Garrison (Esquimalt—Juan de Fuca, NPD): Monsieur le Président, la coalition de Canadiens demandant aux conservateurs et aux libéraux de ne pas adopter le projet de loi C-51 accueille un nouveau membre. Le secteur de la haute technologie s'y est joint. Il s'agit d'un secteur critique de notre économie, et voilà que les entrepreneurs et PDG affirment que cette mesure dangereusement vague compromettrait notre capacité d'attirer et de développer des entreprises comme les leurs au Canada.

À la lumière des innombrables préoccupations exprimées par tant de Canadiens, comment le ministre de la Sécurité publique peut-il encore prétendre qu'il est judicieux d'adopter le projet de loi C-51?

L'hon. Steven Blaney (ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile, PCC): Monsieur le Président, le député semble oublier que le Canada a été pris en cible par le mouvement djihadiste international et qu'il y a eu un attentat terroriste au Québec le 20 octobre suivi d'un autre ici même le 22 octobre. Le moins que les Canadiens puissent attendre de leurs politiciens, c'est qu'ils agissent. C'est ce que fait le gouvernement

C'est pourquoi je suis si fier d'appartenir au Parti conservateur. En plus d'investir dans les services de police pour garder les Canadiens en sécurité, les conservateurs leur donnent également les outils nécessaires. Les Canadiens peuvent compter sur nous pour continuer sur la même voie.

[Français]

Mme Rosane Doré Lefebvre (Alfred-Pellan, NPD): Monsieur le Président, pour Christianne Boudreau, dont le fils est mort en Syrie et qui essaie aujourd'hui d'empêcher la radicalisation des jeunes, le projet de loi C-51 va tout simplement empirer les choses.

Les chefs de compagnies de haute technologie craignent aussi les conséquences désastreuses de ce projet de loi. Le projet de loi C-51 mine la réputation du Canada, considéré comme un milieu d'affaires ouvert et tolérant sur la scène internationale.

Alors, pourquoi le ministre met-il en avant un projet de loi dont personne ne veut?

L'hon. Steven Blaney (ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile, PCC): Monsieur le Président, les néo-démocrates se sont opposés à toutes les mesures que notre gouvernement a mises en place pour lutter contre le terrorisme. Ils se sont même opposés à notre stratégie de prévention et de lutte contre le terrorisme.

Raheel Raza, présidente de Council for Muslims Facing Tomorrow, dit que la législation est importante pour combattre la radicalisation.

Nous avons besoin d'outils pour traquer les terroristes qui voyagent outre-mer, et c'est ce que fait le projet de loi C-51.

J'espère que les néo-démocrates vont enfin ouvrir les yeux et appuyer le projet de loi.

* * *

● (1450)

L'ENVIRONNEMENT

Mme Hélène Laverdière (Laurier—Sainte-Marie, NPD): Monsieur le Président, la présidence canadienne du Conseil de l'Arctique ne laissera certainement pas un souvenir impérissable. C'est dommage, car il s'agit encore d'une occasion ratée par les conservateurs de faire preuve de leadership sur la scène internationale et en matière environnementale.

De son côté, le secrétaire d'État des États-Unis, qui occupe la présidence pendant deux ans, n'a pas perdu de temps pour affirmer sa priorité: la lutte contre les changements climatiques.

La ministre va-t-elle soutenir activement le programme des États-Unis?

[Traduction]

L'hon. Leona Aglukkaq (ministre de l'Environnement, ministre de l'Agence canadienne de développement économique du Nord et ministre du Conseil de l'Arctique, PCC): Monsieur le Président, sous la direction du Canada, nous avons tenu le tout premier colloque sur le bien-être mental et fait la promotion des connaissances et du mode de vie traditionnels des Autochtones. Nous avons élaboré un plan d'action pour prévenir la pollution marine par les hydrocarbures dans l'Arctique. Nous avons également dressé un cadre de travail pour lutter contre les émissions de polluants climatiques comme le carbone noir et le méthane.

Sous la direction du Canada, nous avons également établi le Conseil économique de l'Arctique, qui fait la promotion des possibilités d'affaires, du commerce et de l'investissement dans le Nord.

Questions orales

M. Dennis Bevington (Territoires du Nord-Ouest, NPD): Monsieur le Président, c'est tout le contraire. En ce qui concerne le Conseil de l'Arctique, les priorités du Canada, déphasées et axées sur les affaires, ont été une source d'embarras sur la scène internationale. Dès que les États-Unis se sont vu confier la présidence du conseil, le programme de ce dernier a changé de cap, pour se concentrer sur les changements climatiques. Le secrétaire d'État américain, John Kerry, a déclaré: « Il ne s'agit pas d'un problème éventuel, mais bien actuel. »

Comment le gouvernement a-t-il pu gaspiller pendant les deux années entières de son mandat à la présidence une occasion aussi critique de collaborer avec les pays de l'Arctique concernant le problème des changements climatiques?

L'hon. Leona Aglukkaq (ministre de l'Environnement, ministre de l'Agence canadienne de développement économique du Nord et ministre du Conseil de l'Arctique, PCC): Monsieur le Président, nous avons consulté les gens du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut pour déterminer quelles seraient les priorités durant le mandat du Canada à la présidence du conseil.

Il est clair que le député ne comprend pas le fonctionnement du Conseil de l'Arctique. L'organisation a une approche fondée sur le consensus. Nous avons établi le programme du Canada en dégageant un consensus entre les pays de l'Arctique.

Le député a eu deux ans pour poser une question au sujet de l'Arctique à la Chambre et il a négligé de le faire.

[Français]

M. Emmanuel Dubourg (Bourassa, Lib.): Monsieur le Président, au sujet de l'environnement, le premier ministre disait que « le gouvernement a toujours dit [...] qu'il voulait des règlements de portée continentale ».

Pourtant, quand le président Obama a annoncé la nouvelle cible américaine, eh bien, le premier ministre l'a laissée tomber, prétextant que le Canada annoncerait ses cibles séparément. Oui, mais quand? Est-ce un de ces quatre jeudi?

Dans un budget de 600 pages, il n'y a aucune mention des changements climatiques.

Le premier ministre veut-il réellement léguer ces problèmes à nos petits-enfants?

[Traduction]

L'hon. Leona Aglukkaq (ministre de l'Environnement, ministre de l'Agence canadienne de développement économique du Nord et ministre du Conseil de l'Arctique, PCC): Monsieur le Président, nous avons toujours dit que, pour réduire les émissions de gaz à effet de serre, tous les grands émetteurs devaient faire leur part. Nous avons aligné notre réglementation sur celle des États-Unis dans plusieurs secteurs, et nous travaillons en étroite collaboration avec eux pour développer des énergies propres. Le Canada s'est doté de l'un des réseaux de production électrique les plus écologiques du monde. En effet, 80 % de notre énergie provient de sources qui ne produisent pas de gaz à effet de serre. Par comparaison, aux États-Unis, ce pourcentage n'est que de 30 %.

Le gouvernement réduit les émissions de gaz à effet de serre au Canada, tout en favorisant la croissance économique du pays, et il le fait sans imposer de taxe sur le carbone néfaste pour l'emploi.

L'hon. John McKay (Scarborough—Guildwood, Lib.): Monsieur le Président, pendant des années, le premier ministre a prétendu que le Canada allait avoir les mêmes cibles que les États-Unis en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Cependant, quand le président Obama a annoncé la nouvelle cible américaine, le premier ministre a soudainement déclaré que le Canada annoncerait ses propres cibles. Il semble que ces cibles seront annoncées sans plan, sans discussion avec les autres premiers ministres du pays, et sans l'établissement du prix du carbone.

Pourquoi le gouvernement veut-il embarrasser de nouveau le Canada au Sommet du G7 et à l'approche de la conférence de Paris en fixant des cibles fictives et illusoire? À quoi bon faire semblant? Pourquoi humilier une autre fois le Canada sur la scène internationale?

• (1455)

L'hon. Leona Aglukkaq (ministre de l'Environnement, ministre de l'Agence canadienne de développement économique du Nord et ministre du Conseil de l'Arctique, PCC): Monsieur le Président, permettez-moi de lire une citation. Les États-Unis viennent d'hériter de la présidence du Conseil de l'Arctique, et je veux informer la Chambre de ce que le secrétaire américain Kerry a dit sur les mesures que nous avons prises pour réduire les polluants comme le carbone noir et le méthane, ainsi que sur d'autres initiatives que nous avons adoptées.

M. Kerry a remercié le Canada de son travail, et il a dit qu'il poursuivrait avec nous le travail que nous avons commencé. Il a ajouté que le Canada « nous avait tous donné une plateforme solide sur laquelle nous appuyer ».

C'est une citation du secrétaire Kerry des États-Unis, qui ont maintenant remplacé le Canada à la présidence du Conseil de l'Arctique.

* * *

LES PUBLICITÉS GOUVERNEMENTALES

M. Mathieu Ravignat (Pontiac, NPD): Monsieur le Président, le gouvernement du Canada est censé servir tous les Canadiens, alors pourquoi fait-il la promotion de candidats du Parti conservateur, comme Tim Laidler, sur les sites Web et les comptes de médias sociaux officiels du gouvernement? Il a participé à une séance photo avec un dignitaire étranger et était à côté du ministre lors d'une annonce officielle à Vancouver. On le voit même sur le site Web d'Anciens Combattants Canada aux côtés du ministre.

Pourquoi les conservateurs ne comprennent-ils pas que les ressources publiques servent à promouvoir l'intérêt public? Pourquoi le gouvernement du Canada fait-il la promotion de candidats conservateurs?

M. Paul Calandra (secrétaire parlementaire du premier ministre et pour les Affaires intergouvernementales, PCC): Monsieur le Président, c'est un peu fort venant du député d'en face, étant donné que 68 députés de son parti ont illégalement utilisé des fonds de la Chambre pour financer un bureau illégal, un bureau partisan du NPD, à Montréal.

On parle de 68 députés, sans compter les 23 autres députés qui ont illégalement utilisé 1 million de dollars pour des publicités en pleine campagne d'élection partielle.

À eux deux, les néo-démocrates et les libéraux cumulent une dette de quelque 45 millions de dollars de l'argent des contribuables. Nous aimerions qu'ils remboursent.

Questions orales

[Français]

M. Mathieu Ravnat (Pontiac, NPD): Monsieur le Président, les ministres conservateurs semblent se servir d'événements payés par les fonds publics pour mousser la visibilité de leurs propres candidats. On a vu un candidat conservateur de la Colombie-Britannique présent à l'aéroport lors de la venue d'un dignitaire étranger. Le ministre de la Défense a même joué le rôle de photographe. Ce même candidat était présent lors d'événements officiels au côté de la ministre du Développement social et du ministre des Anciens Combattants.

Pourquoi le gouvernement utilise-t-il des fonds publics pour faire la promotion des candidats conservateurs?

[Traduction]

L'hon. James Moore (ministre de l'Industrie, PCC): Monsieur le Président, il est vraiment malheureux que le NPD lance des attaques personnelles contre un ancien combattant canadien.

Tim Laidler est toujours président du Réseau de transition des vétérans. Ils attaquent un citoyen canadien. Il est reconnu, partout au pays, pour son travail avec les anciens combattants. Il tend la main aux anciens combattants canadiens souffrant de stress post-traumatique et les aide. La Colombie-Britannique lui a décerné des prix pour son excellent travail. Il continue de travailler avec des anciens combattants.

Bien sûr, les néo-démocrates ne ratent pas une occasion de s'attaquer à lui. C'est un grand Canadien qui fait de grandes choses pour les anciens combattants canadiens.

* * *

LA FISCALITÉ

M. Stephen Woodworth (Kitchener-Centre, PCC): Monsieur le Président, la semaine dernière, le ministre des Finances a présenté le plan du gouvernement, qui repose sur le commerce, la formation et les réductions d'impôt. Pendant que l'opposition se concentre sur la hausse des impôts, le gouvernement conservateur, de son côté, permet aux familles de travailleurs canadiens de garder plus d'argent dans leurs poches. Je ne veux pas qu'une seule famille canadienne soit privée des réductions d'impôt et des mesures avantageuses offertes par le gouvernement.

La ministre d'État au Développement social peut-elle informer la Chambre et tous les Canadiens de l'échéance importante qui approche à grands pas pour les familles canadiennes?

L'hon. Candice Bergen (ministre d'État (Développement social), PCC): Monsieur le Président, tous les Canadiens qui ont des enfants bénéficieront de la prestation universelle pour la garde d'enfants bonifiée, mais environ 200 000 familles doivent encore s'inscrire. La date d'échéance approche: elles ont jusqu'à vendredi pour le faire.

Les Canadiens qui veulent savoir s'ils ont droit à cette prestation peuvent visiter le site Canada.ca/reductionsdimpot. Ils peuvent aussi s'adresser à un député conservateur. En effet, les conservateurs veulent aider les Canadiens à recevoir les prestations auxquelles ils ont droit, et ils sont 200 000 à devoir s'inscrire d'ici vendredi.

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Monsieur le Président, les Canadiens comptent sur le gouvernement pour mettre en application les lois et les motions adoptées par le Parlement. Le député de Wascana a présenté une motion qui visait la création d'un programme national d'indemnisation des agents de la sécurité publique et des intervenants de première ligne, et celle-ci a reçu l'appui d'une forte majorité de députés.

Pourquoi le gouvernement n'a-t-il pas tenu ses promesses envers les intervenants de première ligne? Pourquoi le budget ne prévoit-il aucun financement pour le programme d'indemnisation des agents de la sécurité publique alors que cela avait été dûment approuvé à la Chambre par une forte majorité?

● (1500)

[Français]

L'hon. Steven Blaney (ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile, PCC): Monsieur le Président, notre gouvernement vient d'investir 200 millions de dollars pour aider les communautés à lutter contre les désastres, et nous allons travailler en collaboration avec les provinces.

Nous travaillons en collaboration avec les provinces, mais nous respectons aussi les champs de compétence, contrairement à la vision centralisatrice du gouvernement libéral. Nous allons continuer en ce sens, en nous assurant de soutenir les agents de première ligne et les communautés lorsqu'il y a des catastrophes.

* * *

[Traduction]

LES ANCIENS COMBATTANTS

Mme Irene Mathysen (London—Fanshawe, NPD): Monsieur le Président, la légion Duchesse de Kent joue un rôle important auprès des cadets, des militaires blessés et sans abri, des aînés et des anciens combattants de ma collectivité. Cependant, les membres de la légion ont dû vendre le bâtiment plus tôt ce mois-ci parce que les temps sont durs. La légion propose que le mess des officiers des casernes Wolseley, qui doit être démolie, soit vendu à la filiale Duchesse de Kent afin d'être converti en centre pouvant accueillir les membres de la légion.

Le ministre de la Défense nationale envisage-t-il d'accepter la proposition de la légion afin qu'elle puisse continuer d'offrir de l'aide et des services aux anciens combattants de London?

L'hon. Jason Kenney (ministre de la Défense nationale et ministre du Multiculturalisme, PCC): Monsieur le Président, je prends bonne note de l'intervention de la députée.

Évidemment, les Forces armées canadiennes entretiennent des installations uniquement si elles jouent un rôle utile. Je crois comprendre que ce bâtiment a plus de 60 ans et qu'il n'est pas rentable pour les Forces armées canadiennes. Toutefois, je vais examiner la question.

* * *

LA SANTÉ

M. John Weston (West Vancouver—Sunshine Coast—Sea to Sky Country, PCC): Monsieur le Président, je suis fort troublé d'apprendre que Vancouver envisage de légaliser le commerce de la marijuana. À cette démarche irresponsable qui autoriserait la vente de marijuana en magasin au même titre que l'alcool ou les cigarettes, une seule conséquence est possible: l'augmentation de la consommation de marijuana et du taux de toxicomanie. Pourtant, depuis des mois, le chef du Parti libéral préconise exactement la même mesure.

La ministre du Travail, qui est médecin, peut-elle expliquer à la Chambre l'approche qu'adopte le gouvernement pour dissuader concrètement les jeunes de fumer de la marijuana?

Questions orales

L'hon. K. Kellie Leitch (ministre du Travail et ministre de la Condition féminine, PCC): Monsieur le Président, je remercie le député de West Vancouver—Sunshine Coast—Sea to Sky Country de son excellent travail dans ce dossier. En tant que chirurgienne pédiatre, je suis bien placée pour dire que si la marijuana est illégale, ce n'est pas pour rien. Cette drogue a des conséquences lourdes et durables, en particulier pour les enfants, notamment la schizophrénie et la psychose.

Le gouvernement s'oppose à ce qu'on facilite l'accès aux drogues illicites. La ministre de la Santé l'a clairement dit au maire de Vancouver.

Pour le chef du Parti libéral, fumer de la marijuana devrait être une pratique courante. Il veut que la marijuana soit vendue en magasin, au même titre que l'alcool et les cigarettes. Contrairement à lui, le gouvernement conservateur, lui, veut empêcher les enfants de fumer de la marijuana. Les magasins qui vendent de la marijuana agissent dans l'illégalité. Avec le gouvernement, cette activité demeurera illégale. Nous nous attendons...

Des voix: Oh, oh!

Le Président: La députée de Bas-Richelieu—Nicolet—Bécancour a la parole.

* * *

[Français]

L'ASSURANCE-EMPLOI

M. Louis Plamondon (Bas-Richelieu—Nicolet—Bécancour, BQ): Monsieur le Président, le programme d'assurance-emploi ne répond plus aux besoins des Québécois et a des effets négatifs sur l'ensemble des régions du Québec. Le dernier budget fédéral ne prévoit rien pour le développement de nos régions. Il n'améliore en rien les emplois qui s'y retrouvent. Le gouvernement fédéral préfère piger 8,2 milliards de dollars sur deux ans dans la caisse d'assurance-emploi pour financer la hausse du plafond du CELI et le fractionnement du revenu plutôt que d'améliorer les conditions de vie des travailleurs au chômage.

Est-ce cela la nouvelle politique sociale du gouvernement fédéral: voler les plus pauvres pour donner aux plus riches?

L'hon. Pierre Poilievre (ministre de l'Emploi et du Développement social et ministre de la Réforme démocratique, PCC): Monsieur le Président, c'est faux. L'honorable député n'est pas au courant des faits. En fait, pendant la récession nous avons dû subventionner la caisse d'assurance-emploi. La caisse est maintenant en train de rembourser cela aux contribuables.

Toutefois, nous allons réduire les cotisations à l'assurance-emploi de 21 % en 2017. Cela va assurer davantage d'argent dans les poches des PME afin d'embaucher des employés et davantage d'argent dans les poches des gens qui travaillent.

* * *

LES RESSOURCES NATURELLES

M. Jean-François Fortin (Haute-Gaspésie—La Mitis—Matapédia, FD): Monsieur le Président, quand Ottawa prétend que l'Office de l'énergie, qui étudie le pipeline Énergie Est, est un organisme neutre, nous pouvons en douter. L'organisme refuse de faire traduire des documents en français et l'avocate de l'office a déclaré devant les tribunaux: « Les projets d'oléoduc ou de gazoduc, c'est tout à l'avantage général des Canadiens. Énergie Est en est un. »

Les citoyens s'inquiétaient déjà des effets du pipeline. Ils doivent maintenant se méfier du parti pris de l'office dans la démarche d'évaluation du projet.

Le gouvernement va-t-il arrêter cette parodie et réviser la loi pour empêcher que l'office ne soit une marionnette des pétrolières?

• (1505)

L'hon. Greg Rickford (ministre des Ressources naturelles et ministre de l'Initiative fédérale du développement économique dans le Nord de l'Ontario, PCC): Monsieur le Président, l'Office national de l'énergie a rempli ses obligations en vertu de la Loi sur les langues officielles. Tous les documents produits par l'Office national de l'énergie doivent être publiés dans les deux langues officielles. Les questions sur les documents déposées par le demandeur doivent être envoyées au promoteur.

* * *

[Traduction]

LA FISCALITÉ

M. Brent Rathgeber (Edmonton—St. Albert, Ind.): Monsieur le Président, les contribuables ont jusqu'à jeudi pour produire leur déclaration de revenu. Le 30 avril est toujours une journée douloureuse pour les Canadiens qui doivent de l'impôt. Les nombreux crédits d'impôt fédéral — il y en a plus de 120 — rendent les déclarations de revenu si compliquées que les spécialistes jugent que les contribuables passent à côté de centaines de dollars qui leur sont dus. En outre, l'Institut Fraser affirme que le coût d'application des dispositions fiscale s'élève à 6 milliards de dollars.

Au lieu d'obliger les Canadiens à requérir les services d'un comptable ou d'un fiscaliste, ou à passer des heures à étudier les crédits d'impôt, pourquoi ne pas tout simplement réduire le taux d'imposition de tous les Canadiens?

Le gouvernement ne croit-il pas qu'un régime fiscal simplifié et un allègement fiscal généralisé sont préférables aux projets faisant travailler davantage les comptables et les fiscalistes?

L'hon. Kevin Sorenson (ministre d'État (Finances), PCC): Monsieur le Président, le député sait que le gouvernement conservateur fait beaucoup de choses pour simplifier le régime fiscal. Il a surtout réduit le fardeau fiscal des gens de la classe moyenne. C'est une honte que les députés de l'opposition aient voté contre toutes ces mesures.

Le plan d'allègement fiscal des conservateurs permet à la famille moyenne de quatre personnes de garder 6 600 \$ de plus dans ses poches. Nous savons toutefois que les députés de l'opposition veulent réduire cette somme. Ils veulent augmenter le fardeau fiscal des familles et des personnes âgées de la classe moyenne et faire payer plus de taxes aux consommateurs de la classe moyenne.

Nous, nous maintiendrons un faible taux d'imposition. Les Canadiens savent qu'ils sont mieux servis par un gouvernement conservateur.

* * *

L'INDUSTRIE

M. Brent Rathgeber (Edmonton—St. Albert, Ind.): Monsieur le Président, je félicite le gouvernement, qui a finalement équilibré un budget après sept tentatives infructueuses. Cependant, le budget de 2015 contient encore des subventions aux industries discutables, comme le Programme d'innovation pour les fournisseurs du secteur de l'automobile, doté d'une enveloppe de 100 millions de dollars.

Affaires courantes

Quand le gouvernement apprendra-t-il que les subventions aux industries, les traitements de faveur accordés à certaines industries au détriment d'autres, le choix des gagnants et des perdants et l'aide sociale aux entreprises parasites ne sont pas des politiques budgétaires vraiment conservatrices?

L'hon. James Moore (ministre de l'Industrie, PCC): Monsieur le Président, bien sûr, le gouvernement veut se donner une politique industrielle solide qui créera des emplois dans tout le pays. Nous travaillons avec les provinces et avec le secteur privé pour maintenir un faible taux d'imposition. En effet, notre taux d'imposition des sociétés est de 13 points inférieur à celui des États-Unis. Nous disposons de nombreuses politiques qui nous permettront de demeurer concurrentiels et de continuer à progresser.

Quand à l'appui que nous accordons au secteur de l'automobile, j'aimais bien le député d'Edmonton—St. Albert quand il a voté en faveur de ces mesures, mais le fait qu'il les dénonce maintenant au Parlement du Canada montre simplement à quel point il s'est éloigné des politiques publiques raisonnables.

* * *

PRÉSENCE À LA TRIBUNE

Le Président: Je voudrais signaler aux députés la présence à notre tribune de Son Excellence Ditmir Bushati, ministre des Affaires étrangères de la République d'Albanie.

Des voix: Bravo!

Le Président: J'aimerais également signaler aux députés la présence à notre tribune de M. Sadakazu Tanigaki, président de la Ligue d'amitié des parlementaires Japon-Canada.

Des voix: Bravo!

* * *

LE BUREAU DE RÉGIE INTERNE

Le Président: J'ai l'honneur d'informer la Chambre que M. Julian, député de la circonscription électorale de Burnaby—New Westminster, a été nommé membre du Bureau de régie interne en remplacement de Mme Turmel, députée de la circonscription électorale de Hull—Aylmer, aux fins et en vertu des dispositions de l'article 50 de la Loi sur le Parlement du Canada.

AFFAIRES COURANTES

[Traduction]

RÉPONSE DU GOUVERNEMENT À DES PÉTITIONS

M. Bernard Trottier (secrétaire parlementaire du ministre des Affaires étrangères et pour la Francophonie, PCC): Monsieur le Président, conformément au paragraphe 36(8) du Règlement, j'ai l'honneur de déposer, dans les deux langues officielles, la réponse du gouvernement à six pétitions.

* * *

LA LOI CANADIENNE SUR LES DROITS DE LA PERSONNE

L'hon. Irwin Cotler (Mont-Royal, Lib.) demande à présenter le projet de loi C-671, Loi modifiant la Loi canadienne sur les droits de la personne (propos haineux).

— Monsieur le Président, je prends la parole pour présenter un projet de loi qui aurait pour effet de rétablir les dispositions contre

les propos haineux de la Loi canadienne sur les droits de la personne et qui offre les garanties appropriées.

En 2012, les conservateurs ont répondu aux objections valables concernant les dispositions sur les propos haineux à l'article 13 de la Loi canadienne sur les droits de la personne, mais il ont jeté le bébé avec l'eau du bain puisqu'ils ont supprimé complètement cet article. J'étais parmi les nombreuses personnes qui, à l'époque, soutenaient que l'article devait être peaufiné, non supprimé, de manière à obtenir des dispositions contre les propos haineux du genre de celles que je propose aujourd'hui.

Par exemple, le projet de loi établirait des garanties contre les poursuites futiles et les abus de procédure, notamment l'obligation d'obtenir le consentement du procureur général pour qu'une plainte puisse être traitée et aussi pour adjuger des dépens.

La liberté d'expression est l'oxygène de la démocratie, et le projet de loi la protège expressément. Cependant, voici ce qu'a écrit le juge Rothstein dans la décision unanime rendue en 2013 par la Cour suprême, au sujet des dispositions contre les propos haineux:

L'objectif de la limite — à savoir s'attaquer aux causes de la discrimination pour en atténuer les effets préjudiciables et les coûts sociaux — est urgent et réel.

Les propos haineux ne consistent pas simplement à heurter les sensibilités ou à ne pas être politiquement correct, car il est permis de l'être. Ce sont des propos qui causent un préjudice réel et tangible, qui peuvent être contraires aux valeurs sous-tendant la liberté d'expression, qui peuvent violer nos engagements internationaux et qui peuvent enfreindre le principe de l'égalité. J'invite donc tous les députés à appuyer ce projet de loi.

(Les motions sont réputées adoptées, le projet de loi est lu pour la première fois et imprimé.)

* * *

• (1510)

L'UKRAINE

L'hon. Peter Van Loan (leader du gouvernement à la Chambre des communes, PCC): Monsieur le Président, je propose:

Qu'un débat exploratoire sur la question de la situation en cours en Ukraine ait lieu, conformément à l'article 53.1 du Règlement, le mercredi 29 avril 2015.

Le Président: Plaît-il à la Chambre d'adopter la motion?

Des voix: D'accord.

(La motion est adoptée.)

* * *

PÉTITIONS**LA CONDUITE AVEC FACULTÉS AFFAIBLIES**

M. Bev Shipley (Lambton—Kent—Middlesex, PCC): Monsieur le Président, je souhaite présenter deux pétitions. La première porte sur les lois concernant la conduite avec facultés affaiblies, que les pétitionnaires trouvent trop clémentes. Ils réclament des lois plus sévères et la mise en place de nouvelles peines minimales obligatoires pour les personnes déclarées coupables de conduite avec facultés affaiblies causant la mort. Ils réclament également que le Code criminel soit modifié afin que l'infraction de conduite avec capacités affaiblies causant la mort devienne un homicide involontaire coupable commis au volant d'un véhicule automobile.

LA SÉLECTION EN FONCTION DU SEXE

M. Bev Shipley (Lambton—Kent—Middlesex, PCC): Monsieur le Président, la deuxième pétition découle d'un documentaire qui révèle qu'au Canada, des parents ont recours à l'échographie pour connaître le sexe de l'enfant à naître et interrompre la grossesse si c'est une fille. Les pétitionnaires demandent aux députés de condamner la discrimination contre les filles que représentent les avortements sélectifs selon le sexe.

LE POSTE FRONTALIER DE STEWART-HYDER

M. Nathan Cullen (Skeena—Bulkley Valley, NPD): Monsieur le Président, j'ai ici une pétition signée par des dizaines de personnes qui vivent dans le Nord-Ouest de la Colombie-Britannique, particulièrement à Stewart. En raison d'un changement récent, le poste frontalier situé entre Stewart, en Colombie-Britannique, et Hyder, en Alaska, est fermé pendant huit heures chaque jour. Les pétitionnaires soulignent que ce poste frontalier représente le seul point d'accès, particulièrement pour nos voisins américains établis tout près de Stewart, et qu'il est important pour l'industrie minière, l'industrie énergétique et le secteur du tourisme, dans lequel oeuvre une grande partie de la collectivité.

Les pétitionnaires sont choqués de cette fermeture, qui ne représente aucune économie pour le gouvernement du Canada. Le gouvernement des États-Unis a même offert d'assumer la différence de coût, s'il coûterait plus cher de garder le poste ouvert toute la journée. Tout cela dépasse l'entendement. Les pétitionnaires demandent que le poste frontalier soit ouvert 24 heures par jour. Ils demandent aussi au Canada de se conduire en bon voisin et de soutenir les petites communautés du Nord telles que Stewart, en Colombie-Britannique.

LES ORGANISMES GÉNÉTIQUEMENT MODIFIÉS

M. Frank Valeriote (Guelph, Lib.): Monsieur le Président, la pétition que voici a été signée par des centaines de résidents de Guelph et d'ailleurs en Ontario. Les pétitionnaires souhaitent attirer notre attention sur les effets négatifs que les organismes génétiquement modifiés pourraient avoir sur la santé ainsi que sur les cultures biologiques et non génétiquement modifiées. Ils signalent également l'impossibilité, pour les agriculteurs, de conserver leurs propres semences, et le fait que les OGM ne sont soumis à aucun étiquetage

Ils demandent au gouvernement d'imposer un moratoire sur l'homologation et la mise en marché de nouveaux OGM. Ils lui demandent particulièrement d'imposer un moratoire sur la mise en marché de la luzerne génétiquement modifiée.

• (1515)

L'AGRICULTURE

M. Harold Albrecht (Kitchener—Conestoga, PCC): Monsieur le Président, j'ai l'honneur de présenter une pétition signée par environ 150 personnes de ma circonscription, dans la région de Waterloo. Elles demandent au gouvernement d'adopter des politiques d'aide internationale qui soutiennent les petites exploitations agricoles, surtout celles dirigées par des femmes, et de reconnaître leur rôle indispensable dans la lutte contre la faim et la pauvreté.

Les pétitionnaires demandent aussi au gouvernement que ses politiques et ses programmes soient élaborés en consultation avec les petits exploitants agricoles et qu'ils protègent le droit qu'ont ces derniers, surtout dans l'hémisphère Sud, de conserver, d'utiliser et d'échanger librement leurs semences.

Affaires courantes

[Français]

POSTES CANADA

Mme Hélène LeBlanc (LaSalle—Émard, NPD): Monsieur le Président, j'aimerais déposer cette pétition concernant les compressions à Postes Canada. Elle est signée par des centaines de mes concitoyens, qui déplorent le fait que Postes Canada a l'intention d'éliminer la livraison du courrier à domicile et les pertes d'emploi. Ils demandent au gouvernement du Canada de rejeter le plan de Postes Canada et de faire en sorte que nous puissions conserver la livraison du courrier à domicile et afin de préserver les emplois.

[Traduction]

LE KOMAGATA MARU

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Monsieur le Président, je présente une pétition signée par de nombreux électeurs de ma circonscription, et plus particulièrement par des membres du gurdwara sikh qui s'y trouve. Ils demandent au gouvernement de donner suite à la résolution que l'Assemblée du Pendjab, en Inde, a adoptée à l'unanimité et par laquelle elle demande au Parlement du Canada de s'excuser pour l'incident du *Komagata Maru*.

Cet incident constitue l'un des moments sombres de l'histoire du Canada. En 1914, les 352 passagers à bord du navire à vapeur se sont vu refuser l'entrée au Canada en vertu d'une politique d'immigration discriminatoire.

Les pétitionnaires demandent au gouvernement du Canada de s'adresser au Parlement afin de s'excuser officiellement pour l'incident du *Komagata Maru* de 1914.

[Français]

L'AGRICULTURE

Mme Anne-Marie Day (Charlesbourg—Haute-Saint-Charles, NPD): Monsieur le Président, je dépose trois pétitions venant de ma circonscription qui demandent que les politiques et les programmes mis en place par le Canada soient développés à la suite d'un processus consultatif auprès des petits agriculteurs et que ces politiques protègent les droits des petits agriculteurs des pays du Sud de conserver, d'utiliser et d'échanger librement les semences

[Traduction]

CBC/RADIO-CANADA

M. Adam Vaughan (Trinity—Spadina, Lib.): Monsieur le Président, je souhaite présenter une pétition signée par des centaines d'électeurs de ma circonscription, qui en ont contre les coupes à CBC/Radio-Canada.

Non seulement la programmation — française comme anglaise — est sérieusement compromise par ces coupes, mais dans la circonscription que je représente, des centaines d'emplois se sont envolés en fumée, mettant du coup des centaines de familles dans l'embarras.

Les signataires demandent au gouvernement de restaurer le financement de CBC/Radio-Canada, de redonner son indépendance à la société et de faire le nécessaire pour qu'elle demeure publique.

*Travaux des subsides*LES 41^{ES} ÉLECTIONS GÉNÉRALES

Mme Elizabeth May (Saanich—Gulf Islands, PV): Monsieur le Président, je prends la parole aujourd'hui pour présenter deux pétitions. La première provient de résidents de North Vancouver qui demandent que la Chambre se penche sur les tactiques employées pour tromper les électeurs durant les élections de 2011 et prenne des mesures à cet égard. Cette question se fait plus pressante à l'approche des élections de 2015.

LA SÉCURITÉ PUBLIQUE

Mme Elizabeth May (Saanich—Gulf Islands, PV): Monsieur le Président, la deuxième pétition provient de Britanno-Colombiens de la région de Kootenay, entre autres, et d'Ontariens de Thunder Bay, qui pressent la Chambre de voter contre le projet de loi C-51, la prétendue Loi antiterroriste.

[Français]

LE BIEN-ÊTRE DES ANIMAUX

Mme Isabelle Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine, NPD): Monsieur le Président, je me lève aujourd'hui pour présenter deux pétitions.

La première est signée par des milliers de personnes de partout au Québec qui demandent au gouvernement de reconnaître que les animaux sont des êtres sensibles pouvant ressentir la douleur. Ils demandent aussi l'inclusion de dispositions dans le Code criminel, afin de mieux encadrer toute la cruauté et la négligence faite envers les animaux et d'avoir des peines plus sévères.

POSTES CANADA

Mme Isabelle Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine, NPD): Monsieur le Président, la deuxième pétition est signée par de centaines de citoyens de ma circonscription, qui demandent au gouvernement de discuter avec Postes Canada pour mettre fin à la réduction des services postaux. Les gens sont fâchés, parce qu'ils savent que cela va entraîner des réductions d'emplois, qui à leur tour vont entraîner des réductions de services. Dans ma circonscription, c'est déjà commencé. Les gens sont fâchés, parce qu'il va y avoir des casiers postaux sur leur terrain et que cela diminue la valeur de leurs maisons. Ils voudraient vraiment que le gouvernement les écoute et prenne des dispositions pour empêcher ces coupes dans les services postaux.

* * *

[Traduction]

QUESTIONS AU FEUILLETON

M. Bernard Trotter (secrétaire parlementaire du ministre des Affaires étrangères et pour la Francophonie, PCC): Monsieur le Président, on répondra aujourd'hui aux questions n^{os} 1111 et 1112.

[Texte]

Question n^o 1111 — **Mr. Scott Andrews:**

En ce qui concerne le ministère de l'Emploi et du Développement social et les 1,2 million de nouveaux emplois nets créés au Canada depuis 2008, quels renseignements le gouvernement possède-t-il à propos de ce qui suit: a) dans quels secteurs économiques ces emplois ont-ils été créés; b) dans quelles régions du pays ces emplois ont-ils été créés; c) parmi ces emplois, combien sont à temps plein et combien sont à temps partiel; d) parmi ces emplois, combien sont permanents et combien sont temporaires; e) parmi ces emplois, combien sont rémunérés au salaire minimum?

M. Scott Armstrong (secrétaire parlementaire du ministre de l'Emploi et du Développement social, PCC): Monsieur le Président, en ce qui concerne les 1,2 million de nouveaux emplois créés, net, au Canada depuis 2008, Emploi et Développement social

Canada, EDSC, n'est pas l'organisme approprié pour fournir le niveau de détails demandé dans la question, et par conséquent, il ne peut pas fournir de réponse. Cette question devrait être posée au ministère des Finances.

Question n^o 1112 — **Mr. Scott Andrews:**

En ce qui concerne Postes Canada et la réduction des services aux communautés à Terre-Neuve-et-Labrador (T.-N.-L.) : a) quelles communautés de T.-N.-L. seront touchées par les réductions au service postal; b) quel type de réductions de service est mis en œuvre; c) combien d'argent Postes Canada économisera-t-elle en mettant en œuvre ces réductions de service; d) quel est le calendrier pour la mise en œuvre de ces réductions de service?

L'hon. Lisa Raitt (ministre des Transports, PCC): Monsieur le Président, le 11 décembre 2013, Postes Canada a annoncé son Plan d'action en cinq points dans le but de mieux servir tous les clients et de permettre à la société d'État de redevenir rentable.

Cette annonce a fait suite à de vastes consultations auprès des Canadiens pour déterminer la façon dont leurs besoins et leurs attentes changeaient. En 2014, Postes Canada a commencé à mettre en œuvre le plan qui jettera les bases d'un nouveau système postal conçu pour répondre aux besoins changeants des Canadiens en matière de services postaux et pour aider la société d'État à réussir dans l'ère numérique. La conversion aux boîtes postales communautaires est l'initiative la plus visible du Plan d'action en cinq points. Tous les ménages canadiens qui reçoivent encore du courrier à domicile, représentant environ cinq millions d'adresses, sont en train de passer à la livraison aux boîtes postales communautaires, y compris dans la province de Terre-Neuve-et-Labrador.

De plus, dans le cadre du Plan d'action en cinq points, Postes Canada offre un accès élargi et plus pratique aux services postaux grâce à des bureaux concessionnaires et à la rationalisation des opérations internes à l'échelle du Canada, y compris à Terre-Neuve-et-Labrador. En vue d'assurer la viabilité du service postal, Postes Canada apporte des changements où cela s'avère nécessaire et examine les heures d'ouverture dans certains bureaux de poste de la société d'État à l'échelle du pays, afin de s'assurer qu'elles sont représentatives des vrais besoins des collectivités. Tous les changements se conforment aux exigences du Protocole du service postal canadien et respectent le moratoire sur la fermeture de bureaux de poste dans les régions rurales.

Postes Canada prévoit que la mise en œuvre du Plan d'action en cinq points sera d'une durée de cinq ans. Après sa mise en œuvre complète, il est prévu que quatre de ses cinq initiatives rapporteront de 700 millions et 900 millions de dollars par année à la société d'État.

[Traduction]

M. Bernard Trotter: Monsieur le Président, je demande que les autres questions restent au *Feuilleton*.

Le Président: D'accord?

Des voix: D'accord.

INITIATIVES MINISTÉRIELLES

● (1520)

[Traduction]

TRAVAUX DES SUBSIDES

MOTION DE L'OPPOSITION — LES PUBLICITÉS GOUVERNEMENTALES

La Chambre reprend l'étude de la motion.

Travaux des subsides

Le Président: Le député de Yellowhead dispose de 15 minutes pour terminer son allocution.

M. Jim Eglinski (Yellowhead, PCC): Monsieur le Président, le Bureau du Conseil privé assure une surveillance rigoureuse de tout le processus, et les ministères doivent faire l'évaluation de leurs campagnes publicitaires et faire rapport de leurs résultats. Les ministères travaillent en étroite collaboration avec le Bureau du Conseil privé dans l'élaboration des projets publicitaires, lesquels doivent comporter une description détaillée de la campagne publicitaire, notamment de ses objectifs, de ses messages clés et des priorités gouvernementales qu'elle est censée mettre en valeur.

Les ministères se consultent également pour voir s'il leur est possible de collaborer sur des dossiers d'intérêt commun. Ce type de collaboration témoigne du souci qu'a le gouvernement de dépenser les deniers publics à bon escient. Une telle collaboration optimise l'efficacité et évite les recouvrements inutiles entre les ministères.

Une fois que la campagne et le financement ont été approuvés, les ministères consultent Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour déterminer comment ils vont trouver des entreprises capables de fournir les services publicitaires requis. Plusieurs options s'offrent à eux, notamment un appel d'offres dans le cadre d'une offre permanente, un concours entre les entreprises préalablement approuvées dans le cadre d'un arrangement en matière d'approvisionnement, et une demande de propositions, par l'entremise d'achatsetventes.gc.ca.

Une fois le contrat établi, les ministères travaillent avec l'entreprise publicitaire retenue pour élaborer des concepts novateurs et un plan média, compte tenu des objectifs de la campagne. Précisons un point important. Les campagnes publicitaires doivent être conformes à toutes les lois, politiques et normes pertinentes du gouvernement du Canada, notamment celles qui figurent dans le Programme de coordination de l'image de marque, la politique de communication du gouvernement, la politique contractuelle et la Loi sur les langues officielles, ainsi que dans les politiques et directives connexes.

Je ne saurais trop insister sur le fait que, pour obtenir le feu vert, une campagne publicitaire doit se conformer à ces quatre politiques. De plus, toutes les campagnes doivent également respecter le Code canadien des normes de la publicité. Elles sont donc assujetties à un grand nombre de mécanismes de surveillance et de reddition de comptes.

Les ministères approuvent ensuite tous les devis et échéanciers de production, et assument la responsabilité des procédures financières et administratives, notamment de l'entrée des données relatives à la campagne dans la base de données du système de gestion de la publicité. Une fois que cela est fait, les ministères soumettent leur concept de création final et leur plan média à Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, qui en vérifie la conformité avec les lois, politiques et normes applicables.

Ce n'est pas fini. Le gouvernement effectue pour sa part des évaluations rigoureuses de toutes ses grandes campagnes publicitaires, afin de s'assurer qu'elles se déroulent comme prévu. Les résultats sont affichés sur Internet pour que tous les Canadiens puissent les consulter. Les ministères mesurent les résultats de leurs campagnes en utilisant toutes sortes de paramètres. Pour les campagnes publicitaires qui comportent un volet média de plus de 1 million de dollars, ils doivent procéder après-coup à une évaluation systématique et standardisée. L'évaluation permet de faire le suivi du souvenir que le public a gardé de la campagne, et de jauger sa

compréhension de la publicité, de même que sa réaction à celle-ci. C'est ça la gestion responsable des deniers publics.

Bien évidemment, le financement des publicités gouvernementales est assujéti à une reddition de comptes rigoureuse.

J'ai dit tout à l'heure que la politique de communication en vigueur obligeait le gouvernement à répondre aux besoins des Canadiens en matière d'information. Elle l'oblige également à le faire d'une façon conforme aux lois, politiques et procédures établies, et à optimiser les ressources engagées. En fait, le gouvernement fait rapport de ses dépenses publicitaires de trois façons.

Premièrement, tous les fonds alloués par le Conseil du Trésor à des publicités gouvernementales sont inscrits dans un rapport trimestriel préparé par le Secrétariat du Conseil du Trésor. Ces rapports trimestriels sont affichés sur Internet et sont accessibles à tous les Canadiens.

Deuxièmement, le total annuel des dépenses publicitaires est compilé par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, qui l'inscrit dans le Rapport annuel sur les activités de publicité du gouvernement du Canada. Ce rapport donne un aperçu des pratiques de gestion du gouvernement en matière de publicité, et donne la liste des initiatives publicitaires du gouvernement du Canada et de toutes les dépenses engagées par les organismes fédéraux, en fonction du type de média.

La divulgation proactive est omniprésente. Tous les contrats ayant un lien avec la publicité sont affichés sur le site de Contrats Canada, qui est géré par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. De plus, les ministères et organismes doivent afficher sur leurs sites Web respectifs tous les contrats de plus de 10 000 \$.

• (1525)

Troisièmement, les parlementaires et les Canadiens peuvent obtenir des renseignements détaillés sur les dépenses publicitaires du gouvernement dans les Comptes publics qui sont déposés au Parlement chaque automne.

Outre tous ces rapports, le gouvernement a actualisé ses procédures de gestion de la publicité en août 2014. Les nouvelles procédures prévoient que les contrats de publicité du gouvernement du Canada doivent être bien coordonnés, transparents et gérés de façon efficace. C'est ça la transparence.

La politique de communication du gouvernement du Canada est couplée à la Politique sur le programme de coordination de l'image de marque. Ces deux programmes fonctionnent souvent en tandem pour bien encadrer la voix et l'image du gouvernement. La politique de communication met l'accent sur la cohérence et la cohésion des messages du gouvernement, pour qu'ils n'aient qu'un seul discours. La Politique sur le programme de coordination de l'image de marque contribue à renforcer l'identité du gouvernement et à construire son image.

La Politique sur le programme de coordination de l'image de marque vise à définir l'image du gouvernement de façon claire et cohérente, afin de le présenter comme une administration unie et soudée, et afin que les Canadiens puissent avoir immédiatement la preuve que leur gouvernement travaille pour eux. La Politique sur le programme de coordination de l'image de marque régit l'utilisation de trois identificateurs du gouvernement du Canada: le blason du Canada; la signature, c'est-à-dire le drapeau assorti du titre de l'institution ou du gouvernement du Canada; et le logotype « Canada ».

Travaux des subsides

Mes collègues peuvent voir les résultats de la Politique sur le programme de coordination de l'image de marque sur tous les immeubles du gouvernement du Canada, sur toutes les correspondances officielles, sur tous les panneaux, véhicules et uniformes. Ces deux politiques régissent toutes les campagnes publicitaires entreprises par le gouvernement du Canada.

Autrement dit, les ministères et organismes doivent s'assurer que la conception et la présentation des publicités sont conformes à la politique des communications et à ses procédures, ainsi qu'aux exigences de la Politique sur le programme de coordination de l'image de marque. Qui plus est, toutes les campagnes publicitaires sont vérifiées par le Bureau du Conseil privé, et les contrats doivent passer par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada. Il va sans dire qu'il est interdit de passer par des ministères et organismes pour acheter avec les deniers publics des publicités partisans.

Je ne peux pas appuyer la motion dont nous sommes saisis, parce que notre gouvernement a l'obligation d'informer les Canadiens des programmes et des services importants qu'il leur offre. Les Canadiens ont besoin de savoir de quelle façon les programmes et services du gouvernement ont une incidence positive sur leur vie quotidienne, leur collectivité et leur pays.

Je vais vous donner quelques exemples.

Prenons le crédit d'impôt pour la rénovation domiciliaire. Après l'annonce de son plan d'action économique en 2009, notre gouvernement a lancé une campagne publicitaire pour montrer aux Canadiens comment certaines initiatives du plan allaient créer des emplois et stimuler l'économie. En conséquence, des Canadiens ont profité de programmes comme le crédit d'impôt à la rénovation domiciliaire pour rénover leur maison. Les gens ont été informés, et cela a bénéficié aux propriétaires et à l'industrie de la construction. Sans compter que notre économie en a aussi profité, puisque des emplois ont été créés et que la croissance a permis au Canada de s'en sortir mieux que d'autres pays à une époque difficile.

Je pense que vous serez tous d'accord avec moi pour dire que la publicité a joué un rôle essentiel dans la reprise économique du Canada. Elle a permis à notre gouvernement d'informer un grand nombre de Canadiens de la façon la plus efficace et la plus efficiente possible. La publicité est essentielle au succès des programmes et services gouvernementaux, qui sont mis en place dans l'intérêt des Canadiens et du Canada. C'est le moyen le plus efficace, et les gouvernements du Canada et du monde entier s'en sont servi à l'avantage de tous.

Je suis fier de tous les programmes gouvernementaux dont il a été question aujourd'hui. Nous devons absolument nous assurer que les Canadiens sont au courant des programmes qui leur sont offerts, afin qu'ils puissent en profiter. Je trouve déplorable que des députés de l'opposition s'opposent à ce qu'on informe les Canadiens au sujet de programmes avantageux pour eux, d'autant plus que l'argent que notre gouvernement consacre à des publicités est réellement investi dans des publicités. Ce n'est pas comme le gouvernement libéral qui nous a précédés, qui distribuait cet argent aux amis du Parti libéral. Les libéraux devraient avoir honte.

• (1530)

M. Randall Garrison (Esquimalt—Juan de Fuca, NPD): Monsieur le Président, je fais remarquer que le député, parlant des politiques avec force détails, a expliqué qu'elles interdisent notamment d'utiliser l'argent de la publicité pour faire connaître des candidats politiques. N'est-il pas d'avis que, lorsque quelqu'un

devient un candidat aux prochaines élections, cette personne ne devrait pas figurer dans les annonces du gouvernement?

Le problème tient à ce que nous n'avons pas vu des candidats néo-démocrates ou libéraux apparaître dans les annonces du gouvernement dans des proportions épidémiques, contrairement à ce qui semble être le cas des candidats conservateurs. Alors, comment les politiques dont il a parlé de façon aussi détaillée justifient-elles que des candidats conservateurs apparaissent dans les annonces du gouvernement?

M. Jim Eglinski: Monsieur le Président, on pourrait débattre de la nature de l'événement dont parle le député, à savoir si c'était une annonce ou seulement une information donnée sur la mise en œuvre d'un programme à ce moment-là. Je ne crois pas que c'était une annonce parrainée par le gouvernement canadien.

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Monsieur le Président, le député pourrait-il se prononcer sur la publicité abusive que fait le gouvernement? Je parle tout particulièrement des annonces sur le plan d'action. Le gouvernement a présenté un budget. Il s'apprête maintenant à dépenser plus de 13 millions de dollars au cours des prochaines semaines pour dire aux Canadiens comment les conservateurs sont merveilleux parce qu'ils présentent un budget.

Le budget comporte de nombreux défauts. Cela ne fait absolument aucun doute. La grande majorité des Canadiens, je dirais bien plus de 85 %, affirmerait que le gouvernement gaspille ainsi des millions de dollars de leurs impôts alors qu'il y a tant d'autres besoins à satisfaire dans chaque région de notre pays.

À strictement parler, croit-il que les contribuables en ont pour leur argent quand le gouvernement gaspille des fonds pour faire de la publicité sur son plan d'action et vanter son budget, en ne parlant pas des détails de son budget, mais en faisant simplement valoir combien les conservateurs sont merveilleux parce qu'ils présentent un budget?

M. Jim Eglinski: Monsieur le Président, je pense bel et bien que le gouvernement fait ce qui s'impose. Il faut que nous puissions annoncer les initiatives de notre plan d'action, comme les services aux nouveaux arrivants, les mesures de protection de la santé et de la sécurité des Canadiens, les professions prioritaires, le recrutement des femmes. Il faut informer la population de tout cela. Il faut faire connaître ces initiatives aux Canadiens pour leur permettre de comprendre ce qu'accomplira notre plan d'action. C'est exactement ce que le gouvernement libéral a fait de 2002 à 2006; il a dépensé 250 millions de dollars à faire exactement ce que le gouvernement fait aujourd'hui.

[Français]

M. Dany Morin (Chicoutimi—Le Fjord, NPD): Monsieur le Président, je trouve assez dégoûtant que les conservateurs, depuis qu'ils sont au pouvoir, aient gaspillé 750 millions de dollars pour faire de la publicité faisant leur éloge.

Au cours des dernières années, afin d'économiser, le gouvernement conservateur a coupé dans les services aux vétérans en fermant des bureaux, mais il a quand même trouvé 5 millions de dollars pour faire de la publicité sur la guerre de 1812. C'est incompréhensible.

Comment le député conservateur peut-il justifier des dépenses de 5 millions de dollars pour faire la promotion de la guerre de 1812, quand ce même gouvernement ferme des bureaux régionaux de services à l'intention des vétérans?

Travaux des subsides

[Traduction]

M. Jim Eglinski: Monsieur le Président, tout juste l'année dernière, le député de Pontiac s'intéressait vivement à la façon dont le gouvernement ferait la promotion du projet de loi C-21, Loi sur la réduction de la paperasse. Il a dit:

Je me demande si on a fait ce qu'il faut pour expliquer cela aux petites entreprises de moins de 25 employés qui font de l'excellent travail. Est-ce que nous allons leur expliquer en quoi cela les touche?

C'est la même question que vient de poser le député. Nous communiquons aux Canadiens des renseignements sur des questions importantes; c'est un message qu'il faut leur envoyer.

• (1535)

M. Harold Albrecht (Kitchener—Conestoga, PCC): Monsieur le Président, si nous prenions le temps de revoir seulement le budget de 2015, nous y trouverions de nombreux exemples montrant qu'il est nécessaire d'informer les Canadiens au sujet des changements à venir. En effet, l'un de ces changements figure à la page 266, et il concerne la prolongation des prestations de compassion.

La fin de semaine dernière, j'ai vu dans Twitter un message de quelqu'un disant qu'il n'aurait pas su qu'il pouvait demander un crédit d'impôt pour aidants familiaux s'il n'y avait pas eu de la publicité à ce sujet, et cette personne nous remerciait. Voilà un exemple de résultats que nous obtenons en joignant les gens pour leur faire connaître toutes sortes d'avantages auxquels ils ont accès, la prestation de compassion n'étant qu'un exemple parmi tant d'autres.

Mon collègue voudrait-il donner d'autres exemples de programmes que notre gouvernement a mis en œuvre et pour lesquels il est important de prendre le temps, de déployer les efforts et de dépenser l'argent nécessaires afin de les faire connaître aux Canadiens ?

M. Jim Eglinski: Monsieur le Président, cela est très important. La semaine dernière, j'ai reçu un appel d'un de nos concitoyens qui m'a affirmé ne pas comprendre le crédit d'impôt pour les familles et ne pas savoir s'il pouvait y avoir accès et s'il pouvait s'en servir pour ses enfants qui font du sport. Je lui ai donc expliqué comment obtenir ces crédits.

Beaucoup de Canadiens n'ont pas l'occasion d'avoir cette information. Puisque nous formons le gouvernement, il nous incombe de communiquer l'information nécessaire aux familles canadiennes pour qu'elles comprennent les crédits d'impôt et puissent s'en prévaloir. Nous savons que plus de 200 000 personnes ne les connaissent toujours pas. Nous devons donc leur transmettre l'information et le meilleur moyen, c'est en publiant et en diffusant des annonces.

M. Ted Hsu (Kingston et les Îles, Lib.): Monsieur le Président, c'est une chose de faire la publicité d'un programme gouvernemental une fois qu'il a été adopté à la Chambre et qu'il a été mis en œuvre; c'en est une autre de faire la publicité d'un programme gouvernemental qui est à l'étude au Parlement. Conformément à la politique gouvernementale dont mon collègue a tant parlé dans son discours, si le gouvernement publie une vidéo, la mention « mesures assujetties à l'approbation du Parlement » doit y figurer.

J'ai un exemple où le gouvernement n'a pas respecté l'esprit de sa politique. Le 17 novembre dernier a eu lieu l'élection partielle dans Whitby—Oshawa. Avant de pouvoir lire un article en ligne dans le journal local, il fallait visionner une publicité. Il s'agissait d'une vidéo publicitaire du gouvernement concernant ses plans de dépense. La fenêtre de visualisation de la vidéo était si petite qu'il était impossible de lire la mention « mesure assujettie à l'approbation du Parlement ».

À mon avis, le gouvernement actuel ne voulait pas respecter ses propres politiques et il a peut-être dilué le message qu'envoyait cette vidéo en ce jour d'élection partielle. Pour moi, il était clair que personne ne pouvait lire ce message flou affiché pendant deux secondes. En fait, j'ai dû consulter le site Web du gouvernement et visualiser la publicité en haute définition pour voir les mots. Le gouvernement n'a pas respecté l'esprit de ses propres politiques. Mon collègue est-il d'accord avec moi?

M. Jim Eglinski: Monsieur le Président, je ne suis pas tout à fait d'accord avec la façon dont le député perçoit les choses. Je ne sais pas au juste ce qu'il regardait quand il a vu cette publicité. Il est vrai que s'il l'a vue sur un iPhone, les mots étaient peut-être très difficiles à lire. Toutefois, s'il les a vus et qu'il a pris l'initiative d'aller réécouter la publicité sur son ordinateur, c'est tout à son honneur. La loi précise que ces mots doivent être inscrits et nous respectons la loi.

M. Nathan Cullen (Skeena—Bulkley Valley, NP): Monsieur le Président, j'ai écouté le discours de mon collègue avec un certain intérêt. Par contre, il y a une chose qui m'a absolument indigné: il a dit que les libéraux avaient dépensé 250 millions de dollars pendant une certaine période de temps et que c'est exactement ce que font les conservateurs. Les libéraux ont agi de façon très différente: ils ont remis une partie de cet argent à leurs amis, ce qui a donné lieu au scandale des commandites. J'ose espérer que les conservateurs ne font pas exactement la même chose. Ils consacrent des millions et des millions de dollars à des campagnes d'autopromotion, comme le faisaient les libéraux. Pourtant, quand ils faisaient partie de l'opposition, les conservateurs disaient que c'était épouvantable et que c'était un gaspillage éhonté de l'argent des contribuables.

Le député a dit que ces publicités devaient être efficaces, pourtant, grâce à loi sur l'accès à l'information, nous avons appris que l'évaluation faite par le gouvernement a permis de conclure qu'elles ne le sont pas et que les résultats ne justifient pas un tel investissement. C'est le ministère lui-même qui a fait cette évaluation.

Voici ma question. Au cours des 17 derniers mois, la croissance de l'emploi a été inférieure à 1 %, ce qui représente le pire bilan en la matière hors récession depuis que l'on tient des statistiques à ce sujet. C'est le pire rendement au titre de la création d'emplois au pays depuis quatre décennies. Pourquoi les conservateurs en font-ils si peu dans leur publicité ou ne prennent-ils pas d'autres mesures, notamment dans le budget, pour améliorer la situation? La réponse évidente, c'est que, depuis leur arrivée au pouvoir, les conservateurs ne favorisent pas autant la croissance économique qu'ils le devraient.

• (1540)

M. Jim Eglinski: Monsieur le Président, le député a droit à son opinion quant à l'argent qui devrait être dépensé au titre de la publicité. Au moyen d'une planification stratégique, le gouvernement décide des secteurs dans lesquels il estime que les annonces publicitaires devraient être faites.

[Français]

M. Emmanuel Dubourg (Bourassa, Lib.): Monsieur le Président, tout d'abord, je veux dire que je partagerai mon temps de parole avec mon collègue le député de Kings—Hants.

J'ai l'honneur de me lever à la Chambre aujourd'hui pour me prononcer sur la motion présentée par mon collègue d'Ottawa-Sud, visant à mettre fin aux annonces partisans du gouvernement facturées aux contribuables canadiens.

Travaux des subsides

Cette motion propose d'interposer un intermédiaire neutre pour juger du bon escient des dépenses publicitaires du gouvernement. Étant donné les abus fréquents et dangereux du gouvernement conservateur en la matière, je ne peux qu'appuyer fièrement cette motion, dont l'essentiel est de protéger l'intérêt des citoyens canadiens en tant que contribuables d'abord, mais aussi en tant que citoyens d'une démocratie moderne. Ces deux objectifs sont importants l'un et l'autre, et ils sont au centre de mes préoccupations en tant que député du Parti libéral du Canada et aussi en tant que représentant des citoyens du comté de Bourassa.

En période de restrictions budgétaires et dans un contexte économique inquiétant, car la croissance économique est nulle cette année et le taux de chômage est élevé, je suis franchement scandalisé que ce gouvernement puisse dépenser une fortune sur des annonces publicitaires partisans sans se préoccuper de leur efficacité ou sans considération sérieuse du coût. On le sait déjà: depuis que ce gouvernement est au pouvoir, il a dépensé près de 1 milliard de dollars en publicité. C'est une facture de 750 millions de dollars, mais à quelle fin? Ces campagnes sont censées informer le public. Or les études démontrent que très peu d'auditeurs détiennent de nouvelles informations après les avoir visionnées. Ce gouvernement s'entête à faire la promotion de programmes qui n'existent même pas encore. C'est non seulement un gaspillage d'argent durement gagné par les contribuables, mais c'est aussi un signe de mépris grave pour ce Parlement qui doit se prononcer sur ces programmes.

L'arrogance ainsi démontrée fut telle qu'en 2013, le gouvernement a dû retirer ses annonces faisant la promotion de la Subvention canadienne pour l'emploi, puisqu'elles laissaient entendre que le programme était actuellement disponible, alors qu'il devait être approuvé non seulement par ce Parlement, mais aussi par les 10 provinces. En fait, un an plus tard, ce programme demeurait encore dans l'incubateur. Le gouvernement s'est fait dire noir sur blanc qu'il induisait les Canadiens en erreur.

Au printemps dernier, quand je regardais les séries éliminatoires de la ligue nationale, j'ai été troublé par le fait que les conservateurs gaspillaient l'argent durement gagné des contribuables sur des pubs partisans pendant cette période de publicité dispendieuse. À la Chambre, j'ai donc demandé au gouvernement combien avait été dépensé à cet effet. On m'a répondu que 1 million de dollars des contribuables canadiens avaient été gaspillés pour la promotion d'un programme qui, je le répète, n'existait même pas.

Aujourd'hui, on apprend qu'un autre montant de 13 millions de dollars sera dépensé pour faire la promotion du budget électorale du gouvernement. Rappelons-le, ce budget est présenté pour favoriser les riches au détriment de la classe moyenne et des gens qui travaillent fort pour rejoindre cette classe. L'Agence du revenu du Canada dépensera 6 millions de dollars. Or à l'ARC, il faut le préciser, les conservateurs coupent grossièrement dans les services depuis un bout déjà, soit 253 millions de dollars en 2012 et 61 millions de dollars en 2013. Tous les comptoirs de services de l'Agence du Revenu du Canada sont maintenant fermés. Voici un endroit où le contribuable pouvait apporter des documents et toujours rencontrer la même personne pour se renseigner. C'est le Canadien moyen qui paie. Rappelons que ce gouvernement est complètement déconnecté de ses priorités.

On se rappellera que la semaine dernière, j'ai encore posé la question, parce que Mme Ronald disait qu'elle recevait des lettres de l'Agence du revenu du Canada, alors que ces lettres faisaient la promotion du gouvernement conservateur. Comme à l'accoutumée, ce gouvernement essaie de compenser pour des coupes idéologiques

qui touchent directement les Canadiennes et les Canadiens de la classe moyenne avec des annonces partisans.

● (1545)

Le gouvernement dérape, il faut le dire, sur une pente glissante. C'est le temps de vraiment poser un frein à ce dérapage. Mon collègue propose qu'un tiers parti vienne protéger l'intérêt du contribuable, et ce gaspillage le sollicite haut et fort.

Cette dérive n'affecte pas seulement les fonds publics. Nos institutions démocratiques sont égratignées lorsque l'appareil d'État est mis au service d'un parti politique, celui des conservateurs, ce à quoi nous assistons aujourd'hui.

Rappelons que, lorsque chaque contribuable canadien paie ses impôts durant la saison actuelle, il ne contribue pas au Parti conservateur; il paie sa juste part d'impôt pour financer les services publics.

Le gouvernement n'est pas au service du Parti conservateur, et c'est un gouvernement fatigué et arrogant, il faut le dire, que nous avons en face de nous. Cela met en danger le fondement même de notre démocratie.

Je fais ce rappel, car à l'Agence du revenu du Canada, les organismes de bienfaisance qui sont en désaccords sur les politiques du gouvernement conservateur se font viser systématiquement par des vérifications, ce qu'on appelle une chasse aux sorcières, à un point tel qu'ils parlent à l'unisson aujourd'hui pour dénoncer le discours du gouvernement.

Une autre campagne de publicité très spécifique a été dénoncée pour sa partisanerie, non pas par l'opposition ni par les médias, mais plutôt par trois organisations médicales nationales. Il s'agit du Collègue des médecins de famille du Canada, de l'Association médicale canadienne et du Collègue royal des médecins et chirurgiens du Canada. Ces organisations ont dénoncé la campagne publicitaire de Santé Canada, de l'automne passé, explicitement à cause de sa saveur partisane. Les médecins du Canada refusent de tomber dans le panneau de la propagande des conservateurs.

Nous croyons aussi que les Canadiens veulent protéger l'intégrité de leur gouvernement fédéral. D'ailleurs, l'organisme Démocratie en surveillance a déjà entamé une campagne demandant au vérificateur général de faire la lumière sur l'enjeu. C'est justement ce que notre motion propose.

Finalement, j'aimerais demander aux députés du gouvernement s'ils pensent réellement que leurs annonces sont informatives, qu'elles ne sont pas principalement des campagnes publicitaires partisans et que l'argent des contribuables est bien investi à ces fins, malgré l'avis contraire du Conseil sur les normes canadiennes de la publicité et des trois associations médicales nationales que j'ai mentionnées plus tôt.

Qu'ont-ils à perdre, les conservateurs, en laissant un tiers parti s'assurer que l'argent des contribuables et l'appareil public sont utilisés à bon escient? Qu'ont-ils à perdre?

Avec la création du bureau du directeur parlementaire du budget, ils découvrent assez vite que la lumière est jetée sur leurs pratiques alors qu'ils auraient préféré les cacher.

Cependant, aujourd'hui, nous leur donnons l'occasion de démontrer un peu d'intégrité et de soumettre leurs pratiques publicitaires à une évaluation impartiale.

Les Canadiennes et les Canadiens, en tant que contribuables et en tant que citoyennes et citoyens, méritent de la transparence, et je souhaite que le Parti conservateur vote en faveur de notre motion.

Travaux des subsides

● (1550)

M. Robert Aubin (Trois-Rivières, NPD): Monsieur le Président, j'ai écouté avec attention les propos de mon collègue de Bourassa.

Quelle drôle de journée nous vivons! Nos deux vieux partis se lancent la balle de part et d'autre pour savoir qui a utilisé le plus de fonds publics à des fins publicitaires au fil des ans, alors qu'il n'y a qu'une seule façon de changer les choses de façon réaliste, c'est de s'offrir un gouvernement néo-démocrate le 19 octobre prochain.

Cela dit, sur le fond de la motion, il n'en demeure pas moins qu'il y a une idée intéressante, et c'est ce sur quoi j'aimerais entendre mon collègue de Bourassa, parce qu'encore une fois, il y a la marque de commerce des libéraux, c'est-à-dire une annonce un peu vague.

Mon collègue voudrait-il commenter cette question de la tierce partie? À qui veut-on vraiment confier l'analyse des publicités gouvernementales? Est-ce au vérificateur général ou à un autre organisme? La motion est assez muette à ce sujet.

M. Emmanuel Dubourg: Monsieur le Président, je remercie mon collègue de sa question. Je suis content de voir qu'il y a une partie de cette motion qui le satisfait, puisqu'il dit lui-même trouver notre motion intéressante. En effet, c'est une motion intéressante, et je souhaite que le NPD vote en sa faveur.

Toutefois, en introduction, le député a parlé de vieux partis qui ont l'habitude d'utiliser les fonds publics. En ce qui nous concerne, il parlait d'un passé lointain, alors que le NPD, lors de ma campagne électorale pour l'élection partielle dans mon comté, a utilisé les fonds publics pour faire de la publicité partisane.

Aujourd'hui, le NPD a plus de 2 millions de dollars à rembourser et il refuse toujours de le faire. Il serait important que le député rappelle à tous les députés de son parti de rembourser ces fonds le plus rapidement possible pour le bien des contribuables canadiens.

M. Francis Scarpaleggia (Lac-Saint-Louis, Lib.): Monsieur le Président, par voie de commentaire général, j'aimerais dire qu'il nous faudrait un arbitre afin de s'assurer que les joueurs jouent honnêtement la partie.

Cela dit, j'aimerais poser deux questions à mon collègue. Premièrement, est-ce qu'il ne serait pas d'accord pour dire que le gouvernement conservateur a abusé de la confiance des Canadiens en faisant ses publicités déguisées hautement partisans?

Deuxièmement, est-ce qu'il croit que les Canadiens voient déjà clair dans le jeu du gouvernement, qui tente de redorer son image avec l'argent des contribuables?

M. Emmanuel Dubourg: Monsieur le Président, je remercie mon collègue de sa question. Sans aucun doute, nous pouvons dire qu'il y a un abus de confiance de la part du gouvernement conservateur.

Comme je l'ai dit, 757 millions de dollars en publicités partisans, ce sont des dépenses tout à fait inacceptables. Imaginons ce que permettraient d'accomplir ces 757 millions de dollars dans mon comté, Bourassa, ou dans n'importe quel autre comté. Qu'aurions-nous pu faire avec cette somme pour aider les personnes qui sont dans le besoin?

Par ailleurs, il est vrai qu'il serait important que nous ayons un arbitre qui puisse évaluer ces publicités et se prononcer sur celles-ci.

Après avoir déposé le budget, le ministre des Finances lui-même n'est pas en mesure de nous dire combien d'emplois son budget va créer au Canada. D'ailleurs, à chaque fois que nous lui posons une question, il dit qu'il faudrait remettre tous les problèmes aux petits-enfants du premier ministre. C'est tout à fait irresponsable de la part de ce gouvernement.

[Traduction]

L'hon. Scott Brison (Kings—Hants, Lib.): Monsieur le Président, j'interviens aujourd'hui au sujet de la motion libérale sur la publicité gouvernementale présentée par mon collègue, le député d'Ottawa-Sud.

Le gouvernement conservateur actuel a prouvé à maintes reprises qu'il n'éprouvait absolument aucune honte à gaspiller l'argent des contribuables en publicité inefficace et grandement partisane. Les conservateurs ont dépensé plus de 750 millions de dollars en publicité gouvernementale. En fait, nous avons appris aujourd'hui que le gouvernement conservateur avait conçu de nouveaux plans pour gaspiller encore plus d'argent des contribuables en messages publicitaires.

D'après ce que disent les médias, Finances Canada prévoit dépenser une somme supplémentaire de 7,5 millions de dollars pour de la publicité diffusée à la radio et à la télévision en avril et en mai, et, de surcroît, l'Agence du revenu du Canada procédera aussi à une campagne publicitaire de plusieurs millions de dollars. Voici ce que dit l'article en question:

Ce mois-ci, l'Agence du revenu du Canada dépensera 6 millions de dollars en messages publicitaires à la télévision, lesquels seront notamment diffusés pendant les séries éliminatoires de la LNH, du temps d'antenne qui coûte très cher. Selon des documents internes du gouvernement, il s'agit de la suite d'une campagne publicitaire qui a duré tout l'hiver.

Depuis que les conservateurs sont au pouvoir, l'Agence du revenu du Canada a subi d'importantes compressions qui ont fait chuter les normes de service et qui frustrent les Canadiens. Les conservateurs ont en fait fermé tous les comptoirs de service de l'agence et fait augmenter le nombre de plaintes à plus de 35 000. Le rapport de vérification interne de l'agence révèle même que les services de soutien téléphonique pour les petites entreprises répondent à très peu d'appels et donnent des renseignements erronés. Malgré ces problèmes persistants, les conservateurs réussissent tout de même, ce mois-ci, à consacrer des millions de dollars à la diffusion de publicités télévisées. Ils dépensent tous ces fonds au moment où les Canadiens sont le plus susceptibles d'avoir besoin des services de l'agence. Ces derniers risquent fort d'être insatisfaits.

Comme le dit la motion, une grande partie de cette publicité est partisane et ne vise pratiquement aucun objectif d'intérêt public. Cette mauvaise utilisation des fonds publics est une insulte aux Canadiens, qui travaillent fort et qui s'attendent à ce que le gouvernement respecte l'argent des contribuables.

Pour corriger la situation, il faut instaurer des mécanismes de contrôle. Il faudrait que le gouvernement soit tenu de soumettre toutes ses campagnes de publicité à un tiers chargé de les approuver et de veiller à ce que les fonds publics soient dépensés de façon adéquate, proportionnelle et sensée.

● (1555)

[Français]

Les Canadiens sont en colère, et à juste titre. Ils ont un gouvernement qui demande à tout le monde de se serrer la ceinture et qui dépense des centaines de millions de dollars pris dans les poches des contribuables pour des publicités d'autopromotion.

[Traduction]

Voici quelques exemples de publicités conservatrices coûteuses.

Travaux des subsides

En mai 2013, le gouvernement conservateur a diffusé une publicité sur la subvention canadienne pour l'emploi pendant les éliminatoires de la Coupe Stanley. L'organisme Les normes canadiennes de la publicité a déclaré que cette publicité était trompeuse et qu'elle allait à l'encontre du Code canadien des normes de la publicité parce qu'elle omettait des renseignements nécessaires. La publicité ne disait pas, non plus, que le programme n'existait pas. En fait, il s'agissait d'un domaine de compétence partagé et le gouvernement n'avait pas sollicité la participation des provinces.

Le gouvernement conservateur a déjà dépensé près de 12 millions de dollars en publicités faisant la promotion du 150^e anniversaire du Canada, un événement qui n'aura pas lieu avant deux ans. Les conservateurs ont aussi dépensé des dizaines de millions de dollars pour promouvoir le Plan d'action économique du Canada trois ans après la fin du programme.

[Français]

Les conservateurs ont aussi acheté à plusieurs reprises et à gros prix des publicités pendant les séries éliminatoires de la LNH, le Super Bowl et les Oscar, et ils refusent de donner aux Canadiens plus de détails sur les coûts, quand on leur demande des explications. Les Canadiens ont raison de s'interroger sur les priorités du premier ministre et des conservateurs.

[Traduction]

C'est une question de priorités. Les conservateurs sont déconnectés de ce qui tient vraiment à coeur aux familles canadiennes. Pendant que les conservateurs dépensent des centaines de millions de dollars des contribuables en publicités partisans, ils pénalisent les anciens combattants. Ils ont fermé neuf centres de services aux anciens combattants d'un bout à l'autre du pays. Le coût des publicités sur les services aux anciens combattants, qui, selon le vérificateur général, ne répondent aucunement aux besoins de cette communauté, correspond au budget d'exploitation de ces neuf centres, qui, eux, offraient des services.

Les conservateurs ont aussi choisi d'accorder la priorité aux publicités sur le Plan d'action économique plutôt qu'aux mesures qui créent vraiment des emplois. Encore aujourd'hui, il y a presque 160 000 emplois de moins qu'en 2008, avant la récession, pour les jeunes Canadiens.

Partout au pays, les étudiants ont du mal à trouver un travail d'été pour financer leurs études. Or, au lieu de les aider, les conservateurs ont réduit de plus de moitié le nombre d'emplois que crée le programme Emplois d'été Canada.

Pourtant, le prix d'une seule publicité diffusée pendant les séries éliminatoires de la LNH suffirait à financer plus de 30 emplois pour étudiants dans le cadre de ce programme. Hélas, au lieu de créer des emplois d'été à l'intention des étudiants qui en ont besoin pour payer leurs études, les conservateurs gaspillent cet argent en publicités partisans pendant les matchs éliminatoires de la LNH.

C'est une question de priorités. Les conservateurs ont perdu contact avec les priorités des familles de la classe moyenne. En réalité, les contribuables sont dégoûtés par le gaspillage flagrant de leurs impôts pour ces publicités. Les conservateurs doivent immédiatement mettre fin à ce gaspillage des fonds publics. S'ils cherchent un plan, ils n'ont pas besoin de chercher plus loin que le projet de loi C-544, le projet de loi d'initiative parlementaire du député d'Ottawa-Sud. Sa mesure législative mettrait fin aux publicités gouvernementales coûteuses en exigeant que les publicités soient approuvées par un organisme indépendant et non partisan avant d'être diffusées. C'est ce qu'il convient de faire.

Si les conservateurs ne font rien, les Canadiens devront attendre après les prochaines élections pour qu'un gouvernement libéral mette en place ces mesures qui élimineraient la partisanerie politique des publicités gouvernementales et fasse cesser ce gaspillage et cette utilisation abusive des fonds publics.

Les conservateurs aiment proclamer que le gouvernement a la responsabilité de communiquer avec les Canadiens, mais ils oublient de dire qu'ils doivent aux contribuables de veiller à communiquer avec eux de façon éthique, économique et responsable. Les conservateurs ont lamentablement échoué à cet égard.

Sous la direction du député de Papineau, un gouvernement libéral remettrait de l'ordre dans tout cela et mettrait en place une bonne gouvernance pour éviter le gaspillage des deniers publics. Il veillerait à ce que le gouvernement soit en mesure de communiquer avec les Canadiens et de leur offrir des services importants tout en respectant l'argent des contribuables et en s'assurant que le pouvoir du gouvernement n'est pas utilisé de façon abusive à des fins partisans.

● (1600)

[Français]

M. Robert Aubin (Trois-Rivières, NPD): Monsieur le Président, encore une fois, j'ai écouté avec attention le discours présenté par mon collègue libéral, et j'arrive toujours à la même question, qui se trouve sans réponse. Peut-être que cette fois-ci, on fera un pas supplémentaire.

En fait, ce que j'aimerais apprendre — les libéraux présentant la motion, ils y ont certainement réfléchi —, c'est quel est cet organisme tiers à qui on confierait ce mandat? Par exemple, le confierait-on au vérificateur général, avec les problèmes que l'on comprend? Ou bien s'agirait-il d'une commission totalement indépendante? À quelle enseigne logent les libéraux sur cette question?

L'hon. Scott Brison: Monsieur le Président, je remercie mon collègue de sa question.

Le gouvernement de l'Ontario est un bon exemple d'un gouvernement qui a créé une autorité indépendante pour s'assurer que toutes les publicités gouvernementales ne soient pas partisans et qu'elles aient en même temps une bonne valeur pour les contribuables. C'est un exemple de gouvernement dont l'approche fonctionne bien. Il est peut-être possible de travailler avec le vérificateur général pour le faire.

Toutefois, dans ce débat aujourd'hui, la priorité est de déterminer le principe que le gouvernement respectera et de créer une autorité complètement indépendante qui va s'assurer que les pratiques des conservateurs cessent.

● (1605)

[Traduction]

M. Brad Butt (Mississauga—Streetsville, PCC): Monsieur le Président, ce doit être le jour où, depuis que je siège à la Chambre des communes, nous avons atteint le comble de l'ironie. Voilà que le Parti libéral du Canada nous présente une motion sur la publicité gouvernementale. Permettez-moi de dire aux députés quelle est la différence entre le gouvernement conservateur et le gouvernement libéral en matière de dépenses de publicité. Avec nous, l'argent sert vraiment à payer de la publicité. Avec eux, 40 millions de dollars disparaissent pour se retrouver dans les poches de leurs copains. Voilà la vraie différence.

Travaux des subsides

Le député de Kings—Hants n'est pas très doué pour choisir au moment opportun le bon parti, c'est-à-dire celui qui forme le gouvernement. Il pourrait faire partie présentement des députés ministériels et avoir un effet sur les politiques de ce genre.

Je voudrais demander au député quel type de publicité lui semble appropriée. Est-il approprié, par exemple, de diffuser des annonces pour recruter des hommes et des femmes dans les Forces canadiennes? Est-il approprié de diffuser des annonces pour recruter des hommes et des femmes dans la Gendarmerie royale du Canada? Est-il approprié que le gouvernement du Canada informe les Canadiens des programmes et des services auxquels ils ont droit, ce qui constitue le plus gros de la publicité à laquelle le gouvernement consacre de l'argent. Lorsque le Parti libéral formait le gouvernement, l'argent allait à leurs copains.

L'hon. Scott Brison: Monsieur le Président, le député a donné plusieurs exemples de publicité gouvernementale valable. Évidemment, ce genre de publicité serait avalisée par une autorité indépendante comme celle dont nous décrivons le mandat. Le gouvernement n'aurait aucunement à se disputer avec cette autorité au sujet de la publicité gouvernementale valable qui s'avérerait utile pour les Canadiens, qui leur communiquerait de l'information dont ils ont besoin et qui ne serait pas partisane.

Le député a en outre parlé, dans sa question, de ma décision de me joindre au Parti libéral il y a 11 ans. Je peux l'assurer que je suis très heureux d'être membre du caucus d'un parti progressiste et lucide, qui fonde ses décisions sur les faits, et non sur une idéologie, qui se félicite de l'existence de la Charte canadienne des droits et libertés, qui défend les droits des minorités au Canada et qui formera un gouvernement extraordinaire après les prochaines élections. Ce gouvernement rétablira les valeurs fondamentales qui doivent guider le gouvernement du Canada. Beaucoup de Canadiens sont prêts à changer et à élire le Parti libéral.

Mme Lois Brown (secrétaire parlementaire du ministre du Développement international, PCC): Monsieur le Président, je suis heureuse de prendre la parole au sujet de cette motion aujourd'hui parce que cela me donne l'occasion de parler de quelques-unes des campagnes publicitaires menées récemment par le portefeuille de la santé afin de souligner leur importance et leurs effets. Il est important que nous informions les Canadiens de ce qui se passe au ministère de la Santé et des effets que cela aura sur leur vie.

Aujourd'hui, je vais employer mon temps pour donner une idée précise des publicités liées à la santé qui sont produites par le gouvernement du Canada. Je vais indiquer comment le gouvernement participe à la production des annonces liées à la santé, quelles formes prennent les publicités, et comment elles permettent de fournir aux Canadiens des renseignements important concernant leur santé et leur sécurité.

Je vais parler notamment de quatre grandes campagnes publicitaires en matière de santé qui ont été réalisées récemment, et je vais fournir à la Chambre les détails entourant ces campagnes. Enfin, je vais démontrer en quoi le programme publicitaire du portefeuille de la santé respecte non seulement les règles concernant les dépenses et les processus gouvernementaux, mais aussi l'objectif prioritaire du gouvernement, c'est-à-dire protéger et maintenir la santé des Canadiens.

Aujourd'hui, je vais expliquer aux députés l'objectif général des publicités du gouvernement du Canada. La publicité est une composante essentielle des efforts déployés par le gouvernement pour communiquer avec la population de manière efficace. Nous l'utilisons pour communiquer des renseignements importants sur les

politiques et les programmes. Nous l'utilisons pour indiquer aux Canadiens quels sont les services qui peuvent aider les particuliers, les familles et les entreprises. Nous l'utilisons pour informer les Canadiens des questions qui ont une incidence sur la santé des Canadiens, y compris les maladies infectieuses, la salubrité des aliments et les effets de la toxicomanie. Nous l'utilisons également pour joindre les Canadiens là où ils se trouvent, dans un monde où les communications sont en constante évolution.

C'est un aspect essentiel de l'objectif prioritaire du gouvernement, c'est-à-dire assurer la santé et le dynamisme des familles et des collectivités. Les familles et les collectivités sont le fondement de notre grand pays, et elles veulent que le gouvernement soit leur partenaire. Elles veulent qu'on trouve des moyens souples et adaptés à leurs besoins pour les informer au sujet des renseignements et des services qui leur sont offerts. Il n'est pas toujours facile pour les familles et les collectivités d'obtenir, en temps opportun, et de la façon qui leur convient, les renseignements pratiques et les faits dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées.

En ce qui concerne le plan fiscal pour les familles, dont la mise en oeuvre est prévue dans le budget, j'aimerais ajouter ici qu'il est important que les familles qui ont droit à cet allègement fiscal s'inscrivent auprès du gouvernement du Canada. À l'heure actuelle, environ 200 000 familles partout au pays ne sont pas encore inscrites, et elles ont seulement jusqu'à vendredi pour le faire si elles veulent que leurs prestations leur soient envoyées à compter de juillet, comme le gouvernement souhaite le faire. J'invite les familles canadiennes à s'inscrire auprès du gouvernement afin qu'elles puissent avoir accès aux mesures fiscales pour les familles, qui s'ajoutent aux crédits d'impôt que le gouvernement du Canada leur accorde.

Pour ce qui est du portefeuille de la santé, plusieurs formes de publicité peuvent nous aider à atteindre cet objectif. Nous savons que la majorité des publicités fédérales sont achetées dans les médias, plus particulièrement à la télévision. Cela dit, le gouvernement doit suivre l'évolution de la société, et il le fait de façon innovatrice. Ainsi, nous communiquons avec les Canadiens à l'extérieur de leur domicile et en ligne, dans les magazines, au cinéma, et même au bureau de leur médecin. Nous leur transmettons les messages qui les intéressent grâce à des outils uniques propres aux médias sociaux. Je suis heureuse de souligner que le portefeuille de la santé est un chef de file en la matière; ainsi, il rejoint tous les Canadiens, y compris les familles et les collectivités, par de nombreuses campagnes de sensibilisation novatrices et ciblées.

Je me souviens de l'époque où nous avons été confrontés à la crise du SRAS et de la grippe H1N1, des maladies qui ont atteint de nombreux Canadiens partout au pays. Lors de la crise du SRAS, nous n'avions pas la chance de pouvoir utiliser les comptes Twitter pour informer les Canadiens au sujet des répercussions de cette épidémie sur leur collectivité.

● (1610)

Une excellente amie, qui vit dans ma circonscription, a été fortement touchée par le virus du SRAS. Elle subit toujours les séquelles de cette terrible maladie dont elle et sa famille ont souffert.

Grâce aux médias sociaux, nous pouvons rejoindre les Canadiens chez eux et les informer des précautions à prendre quand une épidémie comme celle-là frappe le pays.

Pensons à la crise causée par le virus Ebola en Afrique de l'Ouest, où le manque d'information a eu des conséquences néfastes pour beaucoup de gens. Les résidents ne savaient pas comment combattre cette maladie et empêcher la propagation du virus.

Travaux des subsides

Nous savons que nous pouvons joindre les Canadiens grâce à des publicités diffusées sur diverses plate-formes, par exemple les magazines, Twitter et d'autres médias sociaux, sans oublier le temps d'antenne que nous pouvons acheter pour diffuser des publicités télévisuelles.

Grâce à la publicité gouvernementale sur des sujets qui touchent la santé des Canadiens, la population a plusieurs options. La publicité sur le portefeuille de la santé permet de diffuser des renseignements pratiques là où on peut joindre la majorité des Canadiens, c'est-à-dire en ligne. Nous profitons notamment des nouvelles possibilités qu'offrent les médias sociaux tels que Facebook, Twitter et YouTube, en plus de conclure des partenariats uniques avec des médias, par exemple pour la diffusion d'émissions de télévision pour les jeunes.

La publicité sur le portefeuille de la santé sert aussi à faire connaître des numéros de téléphone sans frais que les gens peuvent composer pour obtenir plus de précisions. Elle offre aux Canadiens plusieurs façons de trouver réponse à leurs questions et d'obtenir plus de renseignements.

Nos publicités en matière de santé sont-elles utiles? Je pense aux gens du Népal qui, aujourd'hui, ont besoin de l'aide du gouvernement canadien. Bien sûr, il ne s'agit pas de publicités en matière de santé, mais bien de publicités de la part du ministère des Affaires étrangères, qui transmettent aux gens les renseignements dont ils ont besoin pour obtenir l'aide nécessaire. Elles fournissent une aide directe, immédiate et utile.

Les publicités en matière de santé sont-elles utiles? Absolument. D'après nos recherches, un pourcentage élevé de Canadiens passent à l'action après avoir vu nos publicités. Voilà qui indique qu'elles arrivent à sensibiliser les gens concernant d'importantes questions de santé, que les Canadiens en retiennent le message, qu'elles interpellent ceux qui les regardent, suscitent des discussions importantes et favorisent les échanges entre le public et le gouvernement. Ce sont là des composantes cruciales de la communication avec les Canadiens. La santé est le domaine le plus important à cet égard, car nous voulons que les Canadiens prennent en main tous les aspects de leur santé. Nous voulons qu'ils sachent ce que fait le Canada et les mesures qu'il prend pour leur venir en aide.

Je me permets toutefois de revenir sur la situation qui existait sous l'ancien gouvernement libéral, sur ce qu'il a fait avec l'argent des Canadiens et ce qu'il est advenu de cet argent. Il est malheureux qu'il ait fallu tenir la commission Gomery au Canada, dont l'enquête s'est attardée à la nature des dépenses engagées par les libéraux. Certaines d'entre elles sont toujours inexplicables. Dans son rapport, le juge Gomery a conclu que de l'argent avait été dépensé à mauvais escient. Certaines personnes ont fait l'objet d'accusations parce que certaines sommes n'ont pas été retrouvées. Les libéraux doivent encore environ 40 millions de dollars aux contribuables; nous aimerions qu'ils remboursent ces sommes, parce que celles-ci n'ont pas servi à faire de la publicité auprès des Canadiens. Cet argent a plutôt rempli les poches des militants libéraux.

• (1615)

J'aimerais vraiment que les députés de l'opposition qui ont proposé cette motion expliquent où est allé cet argent. J'aimerais qu'ils nous disent s'ils en ont gardé la trace et s'il serait possible que les Canadiens sachent où il est rendu. J'aimerais savoir pourquoi ils ont pris l'argent des contribuables canadiens pour le redistribuer directement aux amis du Parti libéral. J'aimerais surtout que les députés du Parti libéral me répondent franchement. J'aimerais qu'ils nous disent s'ils ont l'intention, un jour, de rembourser les 40 millions

de dollars qu'ils ont pris aux contribuables pour les distribuer aux amis du Parti libéral.

Qu'est-ce que les députés libéraux répondent à l'extrait suivant du rapport Gomery? On y lit que la commission d'enquête a constaté « la preuve incontestable d'une ingénierie politique dans l'administration du Programme des commandites ». Pourquoi le Parti libéral ne répond-il pas à cette question?

La commission a aussi constaté « un voile de secret entourant la gestion du Programme des commandites, et une absence de transparence dans le processus contractuel ».

C'est le député de Kings—Hants qui a dit que c'était vraiment, mais vraiment dommage que cette commission d'enquête ait été nécessaire. Pourrait-il maintenant nous dire quand le Parti libéral va rembourser tout cet argent? De toute évidence, il reconnaît que cela s'est produit.

La commission a constaté plusieurs autres choses: « l'utilisation du Programme des commandites à des fins autres que l'unité nationale ou la visibilité fédérale, à cause de l'absence d'objectifs, de critères et de lignes directrices »; « des actions délibérées pour échapper aux dispositions des lois et politiques fédérales »; « des agences payant les salaires de personnes qui, à toutes fins utiles, travaillaient pour le Parti libéral »; et « l'existence d'une culture du "tout m'est dû" chez les responsables politiques et les bureaucrates gérant le programme de commandites, avec réception d'avantages monétaires et non monétaires ».

Nous avons la responsabilité d'informer les Canadiens de la façon dont leur argent est dépensé. L'une des tâches du gouvernement consiste à utiliser une partie des fonds afin que les Canadiens sachent où l'argent est dépensé. L'argent que nous dépensons en publicité est alloué dans nos budgets. Ces sommes sont là au vu des Canadiens. Nous pouvons expliquer ce que nous faisons avec chaque dollar de l'argent des contribuables. Il est important d'informer les Canadiens de la façon efficace dont on se sert de leur argent dans les programmes de santé, de renseigner les anciens combattants sur les services qui leur sont offerts afin qu'ils puissent se diriger vers des points de service où ils recevront l'aide dont ils ont besoin, et de faire des annonces sur des questions agricoles pour informer les agriculteurs de l'aide qui est mise à leur disposition. Ce sont toutes des questions qui touchent directement les Canadiens. Nous estimons qu'il nous incombe d'informer les Canadiens de ce qui se passe au sein du gouvernement fédéral et de ce qu'ils peuvent faire pour obtenir des renseignements de ce dernier.

Quels sont les renseignements que nous devons fournir? À qui pouvons-nous faire confiance?

La Campagne sur la santé et la sécurité des enfants du gouvernement du Canada aide le public à répondre à ces questions. Santé Canada a mené une campagne publicitaire pluriministérielle afin de sensibiliser la population et de promouvoir l'accès à la mine de renseignements spécialisés que le gouvernement a accumulés dans les domaines de la santé et de la sécurité des enfants, par exemple.

De ce côté-ci de la Chambre, nous avons une éminente spécialiste en la matière. Je parle de la ministre du Travail. Elle a donné des conseils au gouvernement canadien sur la façon de dépenser les sommes d'argent plus judicieusement pour aider les Canadiens et pour s'attaquer aux problèmes touchant les enfants. Elle est pédiatre. Elle possède donc de nombreuses connaissances qui peuvent être utiles au gouvernement.

Travaux des subsides

●(1620)

Lorsque nous transformons certaines mesures en politique, il est important que les Canadiens soient mis au courant des répercussions que cela peut avoir sur leur santé et celle de leurs enfants. La Campagne de publicité sur la santé et la sécurité des Canadiens a contribué à mieux informer les parents canadiens et à leur donner accès à plus d'information sur leur santé et sécurité et celles de leur famille. Grâce à la campagne, un très grand nombre de parents sont allés en ligne pour obtenir de l'information sur la santé et la sécurité de leurs enfants. En outre, davantage de parents prennent aujourd'hui des mesures simples pour protéger la santé et la sécurité de leurs enfants.

Cette campagne s'est déroulée de 2010 à 2012. Comme je l'ai dit, tout cet argent a été comptabilisé dans nos budgets, contrairement à l'ancien gouvernement libéral qui a versé des tonnes d'argent à ses amis libéraux.

Cette campagne comprenait divers formats de publicités créatives, notamment télévisuelles, imprimées et publiées en ligne, ainsi que des publicités extérieures, y compris dans les salles d'attente des médecins. Cette diffusion à large échelle s'est traduite par un taux de rappel plus élevé que la moyenne canadienne.

Nous savons tous que protéger les Canadiens contre les risques pour leur santé est l'un des pivots du portefeuille de la santé. Le gouvernement a insisté sur l'importance de souligner les risques, plus particulièrement ceux liés à la consommation de drogues.

Les nombreuses et imprévisibles conséquences de la consommation de drogues en font un problème de santé publique généralisé bien réel. Le gouvernement du Canada a l'importante responsabilité d'informer les Canadiens des dangers de la consommation de drogues illicites. C'est un aspect essentiel de notre engagement à l'égard de la santé et de la sécurité des Canadiens. C'est pourquoi nous avons investi 30 millions de dollars sur cinq ans, de 2007 à 2012, dans une stratégie nationale antidrogue visant à mieux faire connaître les méfaits de la consommation de drogues illicites et à encourager les jeunes à ne pas en consommer. Voilà encore une fois en quoi nous nous distinguons du Parti libéral, qui veut légaliser la marijuana; je suis certaine que cela fera partie de son programme électoral.

Dans le cadre de sa Stratégie nationale antidrogue, le gouvernement collabore avec les gouvernements provinciaux et territoriaux, les organisations non gouvernementales et les intervenants de la communauté, comme les organisations de professionnels de la santé, pour réduire les risques et les méfaits causés par la consommation de drogues illicites. Plus précisément, le but de la stratégie est de prévenir la consommation de drogues illicites et la consommation abusive de médicaments d'ordonnance, de contribuer aux efforts de lutte contre la dépendance dans l'intérêt des personnes atteintes de problèmes graves de toxicomanie et de chercher à réduire la production et la distribution de drogues illicites. C'est le ministère de la Justice qui mène la charge dans le dossier, avec la participation de 11 ministères et organismes fédéraux. Santé Canada, par exemple, dirige les plans d'action de prévention et de traitement, alors que Sécurité publique Canada est responsable du plan d'action sur l'application de la loi.

Depuis 2007, plus d'un demi-milliard de dollars ont été investis dans les initiatives qui s'inscrivent dans le cadre de la stratégie nationale antidrogue. Nous avons annoncé cette stratégie à la télévision ainsi que sur Internet et les médias sociaux. D'une durée de cinq ans, cette campagne sur la prévention de la consommation de drogue chez les jeunes dans les médias de masse a connu beaucoup

de succès. Elle a permis à notre message d'atteindre les parents et les jeunes. Grâce à elle, le pourcentage de jeunes prenant la décision de ne pas consommer a augmenté. Grâce à elle, le nombre de parents qui peuvent parler à leurs ados des risques de la consommation de drogues a augmenté.

Plus précisément, un jeune sur cinq, parmi ceux se souvenant d'avoir vu notre message publicitaire, a dit que celui-ci l'a amené à faire quelque chose pour éviter de faire usage de drogue. Le volet médias sociaux de la campagne a attiré plus de 100 000 supporters sur Facebook, et a amené plus de 1 million de visiteurs à la page *Odroguepourmoi* et près d'un demi-million de personnes à regarder les vidéos sur YouTube.

●(1625)

Pour terminer, je crois fermement que nous avons la responsabilité d'aider les Canadiens à comprendre ce que nous leur offrons, tout particulièrement dans le domaine des soins de santé. Nous voulons les guider, les rassurer et les informer de manière utile et conviviale sur les enjeux du XXI^e siècle. Les Canadiens veulent un partenaire en matière de santé, un partenaire qui est là lorsque les familles en ont besoin, un partenaire qui fournit une aide pratique et des conseils clairs, un partenaire qui est bien de son temps et qui sait les mobiliser quand il le faut, là où il le faut et selon leurs besoins.

Je suis heureuse d'avoir pu parler de cette question très importante. J'attends maintenant les questions avec impatience.

●(1630)

Mme Linda Duncan (Edmonton—Strathcona, NPD): Monsieur le Président, j'ai écouté avec beaucoup d'intérêt, mais j'ai remarqué que la députée a omis de parler d'un sujet en particulier, soit les dizaines de millions de dollars que les conservateurs ont dépensés pour faire la promotion du secteur du pétrole et du gaz aux États-Unis. En effet, au cours d'une seule année, ils ont dépensé 40 millions de dollars en publicité dans les métros.

Les conservateurs peuvent bien se défendre en disant qu'ils volent au secours d'un secteur en particulier, mais certains de leurs messages sont préoccupants. Ainsi, ils affirment que le Canada est l'un des rares grands fournisseurs de pétrole brut dans le golfe qui prend des mesures concrètes pour réduire les émissions de gaz à effet de serre. Or, il n'y a pas grand-chose de vrai dans cette annonce. Ils affirment également que les États-Unis et le Canada ont les mêmes objectifs de réduction des gaz à effet de serre. Cela était peut-être vrai il y a quelques années, mais le premier ministre a fait savoir clairement que tel n'est absolument plus le cas. La Commission Gomery a souhaité, entre autres, la tenue annuelle de vérifications et d'évaluations de rentabilité de toutes les campagnes de publicité. Or, l'analyse de cette campagne a révélé que le seul message compris était que les Américains et les Canadiens étaient des amis.

La députée pourrait-elle nous dire en quoi il était rentable de dépenser de l'argent des contribuables pour faire la promotion d'un seul secteur?

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, nous achetons de la publicité pour faire connaître aux Canadiens ce que nous faisons dans tous les secteurs gouvernementaux. J'ai parlé plus particulièrement de la santé, mais je reconnais également que nous communiquons de l'information à propos de tous les secteurs. Qu'il s'agisse de l'environnement, de l'économie, de l'agriculture, tous ces domaines relèvent de ministères qui prennent des décisions et qui font des interventions que le gouvernement du Canada a la responsabilité de faire connaître.

Travaux des subsides

Là encore, c'est vraiment le comble que les néo-démocrates veuillent pointer du doigt le gouvernement du Canada alors qu'ils ont été trouvés coupables d'avoir utilisé 2,7 millions de dollars illégalement; c'est de l'argent des contribuables canadiens que les néo-démocrates ont siphonné et dépensé à des fins partisans, particulièrement au Québec, à Montréal. Chacun de ces 68 députés doit commencer à rembourser. C'est l'argent des contribuables, et non pas le leur.

M. Adam Vaughan (Trinity—Spadina, Lib.): Monsieur le Président, j'ai écouté avec beaucoup d'intérêt les commentaires qui ont été faits au sujet de la commission Gomery. J'aimerais rappeler que les libéraux ont demandé cette enquête justement pour pouvoir rendre des comptes à la population. Je note également que nous avons remboursé la somme de 1,14 million de dollars qui avait été directement attribuée à notre négligence. Tous les partis ici représentés ne peuvent pas en dire autant, loin s'en faut.

Par ailleurs, je me dois de préciser que la somme de 40 millions de dollars que certains se plaisent à mentionner n'a aucun fondement réel. Je constate que les conservateurs ne mentionnent jamais cette somme à l'extérieur de la Chambre des communes, peut-être parce que leur privilège ne les protège pas au-delà de cette enceinte.

La députée d'en face a dit combien il est important que la publicité serve à informer les Canadiens de tout ce que le gouvernement actuel fait de bon pour eux. À l'île du Prince-Édouard, le coût d'un panneau publicitaire représentait quasiment cinq fois le coût du projet annoncé. Tout ce que le gouvernement a fait, c'est changer les poignées de portes pour qu'elles soient plus accessibles aux personnes handicapées. Autrement dit, le panneau publicitaire a coûté plus cher que le projet d'infrastructure. J'aimerais bien que la députée d'en face m'explique pourquoi.

La députée a également parlé de la nécessité de diffuser des informations en matière de santé. Or, le commissaire responsable des langues officielles nous dit que ces communications ne se font qu'en anglais. S'il s'agit d'informations essentielles, pourquoi le gouvernement ne s'adresse-t-il pas à tous les Canadiens ? Si elles sont si essentielles, pourquoi le gouvernement ne s'adresse-t-il pas aux francophones?

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, notre pays s'est doté de deux langues officielles, et nos messages publicitaires se font dans les deux langues officielles. C'est le devoir du gouvernement du Canada d'y voir. J'invite le député d'en face à se renseigner davantage, car tous nos messages sont dans les deux langues officielles.

Je m'en voudrais de ne pas profiter de cette occasion pour rappeler certaines des conclusions de la commission Gomery. S'agissant des balles de golf de M. Chrétien, ce dernier avait ridiculisé tout le processus en les montrant ostensiblement et en demandant si elles étaient vraiment un symbole de politique de petite ville. C'était de la publicité. Pourquoi diable le premier ministre du Canada de l'époque avait-il des balles de golf portant la signature de présidents américains, on peut se le demander, et qui étaient payées, qui plus est, avec l'argent des contribuables canadiens? Les libéraux doivent rembourser les 40 millions de dollars qu'ils doivent aux contribuables canadiens.

• (1635)

[Français]

M. Dany Morin (Chicoutimi—Le Fjord, NPD): Monsieur le Président, ma collègue conservatrice a vanté les dépenses de 750 millions de dollars en publicité de la part de son gouvernement, depuis qu'il est au pouvoir, afin de faire la promotion de son propre

bilan. Cet argent appartient aux contribuables. Je trouve cela déplorable.

En réponse aux préoccupations du NPD, elle a mentionné que de bonnes informations étaient données à la population canadienne. Or un sondage fait par le gouvernement concernant la campagne du Plan d'action économique de 2012 a révélé que seulement 6 répondants sur 1 000 ont dit avoir consulté le site Web www.plandaction.gc.ca pour plus de renseignements, après avoir vu les publicités.

Ma collègue est-elle satisfaite qu'autant d'argent des contribuables ait été investi pour que 6 personnes sur 1 000, en moyenne, bénéficient de l'information?

[Traduction]

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, je ne sais pas à qui il parle parce que les gens de ma circonscription, Newmarket—Aurora, me disent être très contents de recevoir de l'information du gouvernement canadien. C'est incroyable qu'il n'ait parlé qu'à six personnes, parce que toutes sortes d'informations ont été diffusées et sont utiles aux Canadiens.

Revenons-en maintenant au NPD, ce parti a été jugé coupable d'avoir détourné 2,7 millions de dollars de deniers publics. C'est ce qu'il doit aux Canadiens. Nous lui demandons donc de réunir cette somme et de rembourser le trésor public, autrement dit, de redonner cet argent aux Canadiens ordinaires qui travaillent fort pour payer leurs impôts au gouvernement canadien.

M. Bev Shipley (Lambton—Kent—Middlesex, PCC): Monsieur le Président, je remercie ma collègue de Newmarket—Aurora d'avoir fait un discours aussi remarquable et aussi précis.

Quand on a un programme gouvernemental qui est reconduit budget après budget, qui prône la croissance économique, qui conduit à la création, net, de 1,2 million d'emplois, et qui nous dote de l'une des économies les plus dynamiques du monde, comprenez-vous pourquoi il est important que nous fassions la publicité d'un tel programme auprès des Canadiens ?

Le président suppléant (M. Barry Devolin): Avant de donner la parole à la députée, j'aimerais rappeler aux députés qu'ils doivent s'adresser directement au Président et non à leurs collègues directement.

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, j'ai eu l'occasion de parler à des gens qui sont membres des chambres de commerce de Newmarket et d'Aurora et qui, grâce aux publicités que nous avons diffusées, se sont renseignés sur les programmes que nous avons mis en place dans nos plans d'action économique, année après année. Voilà comment ils ont obtenu de l'information sur la réduction de l'assurance-emploi et la diminution de l'impôt pour les petites entreprises. Ce sont des mesures qui aident les entreprises de ma circonscription à créer des emplois et à devenir rentables nettement plus rapidement grâce à la déduction pour amortissement.

Voilà donc le genre de mesures que nous voulons faire connaître à la population, car il en va des emplois, de la croissance et de la prospérité à long terme. C'est la raison pour laquelle notre gouvernement fait de la publicité. C'est ce qu'il veut faire savoir aux Canadiens. Ce que nous voulons, c'est une économie saine et dynamique, dont les Canadiens seront les premiers à profiter.

M. Nathan Cullen (Skeena—Bulkley Valley, NPD): Monsieur le Président, je me rappelle que les conservateurs, lorsqu'ils étaient dans l'opposition, détestaient que les libéraux fassent exactement ce qu'ils sont en train de faire aujourd'hui.

Ma question est la suivante: lorsque les conservateurs ont fait passer l'âge de la retraite de 65 à 67 ans, ont-ils informé les Canadiens de ce changement important? Lorsque les conservateurs ont doublé le plafond du CELI pour le faire passer de 5 000 à 10 000 \$, ont-ils informé les Canadiens que cette mesure va profiter principalement à ceux qui gagnent le plus? Ont-ils dit aux Canadiens que le fractionnement du revenu offert à tous les Canadiens ne profitera en fait qu'à seulement 15 % d'entre eux et que c'est l'ensemble de la population qui paiera pour cela?

Ces publicités sont des campagnes d'autopromotion et c'est cela qui dérange les Canadiens. Elles sont presque parfaitement alignées sur les publicités du Parti conservateur, ce qui met les gens sur leurs gardes. Les collègues conservateurs de la députée — elle n'était pas ici à cette époque-là — détestaient voir les libéraux agir ainsi. Maintenant, ce sont les conservateurs qui le font. C'est merveilleux.

Les conservateurs ne comprennent-ils pas leurs propres études qui montrent que leurs campagnes de publicité sont inefficaces, qu'elles ne font pas passer les messages et qu'elles suscitent même encore plus de cynisme chez les Canadiens?

● (1640)

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, naturellement, nous avons informé les Canadiens. Nous voulions qu'ils connaissent le changement apporté au Supplément de revenu garanti parce que ce changement ne commencera à être mis en place que dans 12 ans. Les Canadiens peuvent donc se préparer en conséquence.

Pour ce qui est du changement apporté au compte d'épargne libre d'impôt, qu'on me permette de rappeler à mon collègue qu'il s'agit de l'argent des Canadiens. C'est de l'argent après impôt qu'ils commenceront à mettre dans ces comptes, et nous allons permettre que l'intérêt fait avec cet argent ne soit pas imposé.

Les concitoyens de ma circonscription sont très enthousiastes à l'idée de pouvoir mettre plus d'argent dans leur CELI. Nous avons également relevé l'âge auquel les aînés devront retirer de l'argent de leur FERR. Ainsi, les aînés pourront placer cet argent dans un compte d'épargne libre d'impôt et conserver la possibilité de le faire fructifier à l'abri de l'impôt.

Les Canadiens qui vivent dans la circonscription de Newmarket—Aurora sont transportés de joie à cette perspective et ils sont très heureux d'obtenir cette information du gouvernement. Ils savent maintenant comment faire la meilleure utilisation possible de leur argent.

[Français]

Le président suppléant (M. Barry Devolin): Conformément à l'article 38 du Règlement, je dois faire connaître à la Chambre les questions qu'elle abordera lors de l'ajournement ce soir, à savoir: l'honorable député de Trinity—Spadina, Le logement; l'honorable députée de Charlesbourg—Haute-Saint-Charles, Les langues officielles; l'honorable député de Malpeque, La sécurité publique.

[Traduction]

L'hon. Judy Sgro (York-Ouest, Lib.): Monsieur le Président, je suis ravie de parler de l'importante motion dont nous sommes saisis aujourd'hui. Toutefois, avant de parler directement de la motion, je dois exprimer ma déception à l'égard de l'interlocutrice précédente, la députée de Newmarket—Aurora. Elle a prononcé des mensonges éhontés et elle a tenté d'induire les gens en erreur. Je l'invite à répéter ces commentaires hors de la Chambre: il ne fait aucun doute que des poursuites judiciaires pourraient être intentées. Ainsi, j'aimerais...

Le président suppléant (M. Barry Devolin): À l'ordre, s'il vous plaît.

Travaux des subsides

Le député de Kitchener—Conestoga invoque le Règlement.

M. Harold Albrecht: Monsieur le Président, je ne prétends pas être un expert du Règlement de la Chambre, mais je crois qu'il est inapproprié pour une députée d'accuser une collègue d'avoir prononcé des mensonges éhontés. Ce sont les mots qu'elle a employés, si j'ai bien entendu.

Je vous demanderais de trancher ou, mieux encore, de lui demander de retirer ses paroles et de présenter des excuses.

Le président suppléant (M. Barry Devolin): Malheureusement, j'étais distrait au moment où la députée a fait ses commentaires et je n'ai pas entendu la réplique de la députée. Cela étant dit, la députée a beaucoup d'expérience et elle peut prendre les mesures qui s'imposent si elle a tenu des propos inappropriés. La présidence consultera les bleus afin de savoir ce qui a été dit.

J'aimerais rappeler à tous les députés qu'il y a des pratiques et des règles à respecter en ce qui concerne le langage parlementaire et non parlementaire. J'encourage tous les députés à respecter l'esprit et la lettre de ces règles.

Là-dessus, je redonne la parole à la députée d'York-Ouest.

L'hon. Judy Sgro: Merci, monsieur le Président. Dans le feu de l'action, il vaudrait mieux ne pas utiliser ici le mot « mensonges », même si ce mot est clairement utilisé souvent et de nombreuses façons. J'exprimais ma déception d'entendre des députés dire des choses aussi inacceptables et aussi trompeuses au Parlement du Canada. Je siége ici depuis 16 ans et je fais de mon mieux pour être aussi franche et directe que possible. Beaucoup d'entre nous auraient beaucoup de choses désobligeantes à proférer contre d'autres personnes ici, mais je ne crois pas que c'est ce que nous sommes censés faire.

Je prends la parole au sujet de cette importante motion à cause de beaucoup de choses pour lesquelles le gouvernement a dépensé plus de 750 millions de dollars, nous disant à quel point il est merveilleux, alors que cela est tout simplement de la publicité partisane. La motion vise à permettre l'intervention future d'une tierce partie qui examinerait les projets d'annonces pour déterminer s'ils constituent un bon investissement de l'argent des contribuables. Tel est l'objet de la motion, mettre en place une tierce partie pour que l'argent des contribuables serve à communiquer un message clair et direct, et non un message partisan. Cela vaudrait pour le parti, quel qu'il soit, qui formerait le gouvernement.

La motion est importante et j'espère que tous l'appuieront, parce qu'elle doterait le prochain gouvernement, quel qu'il soit, de règles très claires. Étant donné que j'ai grand espoir que les libéraux forment ce gouvernement, nous sommes prêts à appuyer la motion maintenant et à l'adopter pour que nous ayons les règles concernant notre façon de gouverner lorsque nous serons au pouvoir. Nous n'avons pas peur de cela. Nous voulons aller parler aux contribuables d'une foule de questions, dont celle-là.

Travaux des subsides

Je veux remercier mon collègue d'Ottawa-Sud d'avoir présenté le projet de loi d'initiative parlementaire qui a ouvert la voie à cette motion, en réaction à un abus de dépenses évident. La plupart des Canadiens qui regardent ces annonces savent qu'elles sont inefficaces et qu'elles constituent un gaspillage absolu d'argent. Ces annonces ne servent à rien d'autre qu'à faire la promotion du faux programme du gouvernement. Il faut régler le problème qui est largement incontrôlable et qui empire, le gouvernement étant de plus en plus désespéré à l'approche des prochaines élections, comme nous l'avons clairement entendu aujourd'hui.

Par exemple, entre les exercices 2006 et 2014, le gouvernement du Canada a dépensé 758 millions de dollars pour nous dire à quel point les conservateurs sont merveilleux, en achetant de la publicité pour annoncer de faux programmes et en essayant de nous faire croire qu'ils faisaient de grandes choses, ce qui n'était pas le cas. Le budget a été présenté la semaine dernière, un budget que l'on dit pour 2015, mais je ne suis pas de cet avis. C'est un budget pour l'année 2017, parce que très peu de choses seront réalisées avant 2017. Soyons francs. Les conservateurs dépensent 7,5 millions de dollars pour ce seul budget.

Comme je l'ai dit plus tôt, je vais partager mon temps de parole avec mon collègue de Trinity—Spadina, un nouveau venu qui accomplit un travail fantastique comme porte-parole pour le dossier des villes. Nous aurons beaucoup de choses à annoncer à la suite de son travail lorsque le temps viendra.

Les conservateurs ne cessent d'utiliser l'argent des contribuables pour faire de la publicité hautement partisane aux moments où cela coûte le plus cher, notamment pendant la finale de la Coupe Stanley, où l'espace publicitaire coûte plus de 100 000 \$ pour un message de 30 secondes. Je tiens à le répéter: le gouvernement dépense 100 000 \$ de l'argent des contribuables pour une publicité de 30 secondes au sujet du soi-disant Plan d'action économique. Mettons ce chiffre en perspective. Cette somme de 100 000 \$ équivaut à plus de huit années de prestations de la Sécurité de la vieillesse pour un aîné à faible revenu. Dans ma circonscription, York-Ouest, ou dans Trinity-Spadina ou Winnipeg-Nord, c'est l'équivalent de huit ans de prestations de la Sécurité de la vieillesse destinées à une personne âgée. Voilà l'argent que les conservateurs ont gaspillé dans un seul message publicitaire diffusé pendant la finale de la Coupe Stanley.

• (1645)

Encore une fois, cette somme aurait permis à elle seule de financer la contribution fédérale à l'égard de la création de 32 emplois destinés à des familles dévastées par la crise dans le secteur manufacturier. L'argent gaspillé dans ce message publicitaire aurait permis de payer entièrement l'allocation mensuelle moyenne au survivant versée à 156 personnes handicapées. Toutefois, ce débat ne porte pas uniquement sur les dépenses excessives; il est aussi question de l'argent gaspillé dans la publicité de programmes qui n'existent même pas.

Nous nous souvenons tous des campagnes publicitaires de plusieurs millions de dollars lancées par le gouvernement actuel au sujet de programmes qui n'existaient pas à l'époque et qui n'ont probablement jamais existé. De même, nous nous souvenons que le Conseil des normes de la publicité a obligé le gouvernement à retirer sa campagne publicitaire de mai 2013, la qualifiant de trompeuse, comme bon nombre des commentaires entendus ici aujourd'hui. À l'époque, le conseil a souligné que les conservateurs avaient enfreint le Code canadien des normes de la publicité en diffusant des messages publicitaires qui exhortaient les Canadiens à faire une demande dans le cadre de la Subvention canadienne pour l'emploi,

alors que ce programme n'existait même pas et qu'il n'était absolument pas possible de présenter une telle demande.

Comme d'autres députés l'ont déjà signalé aujourd'hui, le gouvernement n'est pas le premier de l'histoire à abuser ainsi des deniers publics, quoiqu'il ait porté cette pratique à de nouveaux sommets. Mike Harris a amplement fait la même chose, et j'imagine que les conseillers du gouvernement suivent son exemple. En tant que députée d'York-Ouest, une circonscription qui englobe Black Creek, Glenfield-Jane Heights et plusieurs autres quartiers où les besoins sont criants, je trouve profondément affligeant de voir le Trésor public ainsi dilapidé en publicités alors que nos concitoyens ont besoin de programmes efficaces pour se remettre sur pied.

Ma circonscription, comme d'autres au pays, regorge de personnes exceptionnelles qui travaillent à la sueur de leur front et qui ne méritent pas que l'argent de leurs impôts serve à leur faire croire qu'elles auront bientôt accès à de nouveaux services gouvernementaux. C'est seulement en faisant un appel qu'elles apprennent qu'elles ne sont pas admissibles étant donné que le programme est assorti de règles très précises qui ont pour effet d'exclure la plupart des gens qui en ont vraiment besoin. Si je le dis, c'est parce que les résidents de ma circonscription savent déjà qu'aucun nouveau service gouvernemental ne sera offert à York-Ouest. Ainsi, le plus récent budget ne répond pas aux doléances des étudiants de l'Université d'York, du Collège Humber et du Collège Seneca. Il n'élargit pas du tout les programmes communautaires essentiels qu'offrent des groupes au centre Elspeth-Heyworth, à Ephraim's Place ou à San Romanoway, ni ceux qui sont destinés aux personnes âgées qui habitent au 35 de la promenade Shoreham ou au 7-11 de l'avenue Arleta. On peut faire toute la publicité qu'on veut, cela n'améliorera jamais leur sort.

De toute évidence, le gouvernement conservateur a l'obsession de dépenser son argent de manière inappropriée et il poursuivra sans doute sur cette lancée.

• (1650)

M. Scott Armstrong (secrétaire parlementaire du ministre de l'Emploi et du Développement social et de la ministre du Travail, PCC): Monsieur le Président, les libéraux s'attaquent au gouvernement à cause de publicités visant à faire connaître aux Canadiens les programmes dont ils ont besoin. Il faut qu'ils sachent que ces programmes leur sont offerts. Si nous n'en faisons pas la publicité, bien des Canadiens pourraient passer à côté. Les Canadiens qui ont de jeunes enfants et qui ne se sont jamais prévalus auparavant de cette prestation ou ceux qui ont des enfants de 15 ou 16 ans à la maison et qui ne recevaient pas de prestations lorsque ceux-ci avaient moins de 6 ans, ont jusqu'à vendredi pour s'inscrire à la prestation universelle pour la garde d'enfants. Ces publicités sont nécessaires pour que les Canadiens puissent avoir accès à certains de ces programmes.

Comparons ces publicités aux publicités que diffusait le Parti libéral. Dans son rapport de 2004, la vérificatrice générale du Canada disait clairement que la situation était scandaleuse. Les libéraux ont consacré plus de 100 millions de dollars à des publicités qui n'ont jamais existé. La députée libérale pourrait-elle nous en dire plus sur les publicités conservatrices qui font la promotion de programmes dont les Canadiens ont besoin et sur les publicités libérales qui n'ont jamais existé?

Travaux des subsides

L'hon. Judy Sgro: Monsieur le Président, je suis toujours aussi étonnée. J'ignore ce qui effraie tellement le gouvernement. Il s'agit simplement d'une belle motion qui, si elle est adoptée, mettrait en place certaines règles pour veiller à ce que les fonds publics soient dépensés judicieusement en ce qui concerne la publicité. Les Canadiens continueront de recevoir des informations sur divers programmes s'il y a lieu. Personne ne dit que le gouvernement ne pourra plus faire de publicité.

Franchement, le gouvernement a dépensé 758 millions de dollars en publicité, alors que 50 millions de dollars auraient très bien fait l'affaire, j'en suis convaincue. Le gouvernement peut annoncer des programmes, mais il doit le faire de façon non partisane. Ce dont il est question aujourd'hui, c'est du recours abusif aux publicités partisans et de la façon d'y mettre un terme au Parlement, comme l'Ontario l'a fait avec son actuel gouvernement libéral. Dans cette province, aucune publicité n'est diffusée si un tiers n'a pas confirmé qu'elle n'est pas partisane et qu'elle transmet un message aux consommateurs.

M. Nathan Cullen (Skeena—Bulkley Valley, NDP): Monsieur le Président, quelle ironie que d'entendre les conservateurs affirmer qu'au moins, leurs publicités avaient produit quelque chose. Nous nous souvenons tous avec émotion de la subvention canadienne pour l'emploi, et surtout des millions de dollars que le gouvernement a dépensés afin d'en faire la promotion, alors qu'elle n'existait même pas. Les publicités invitaient même les entreprises et les particuliers du pays à s'inscrire. Mais s'inscrire à quoi? À rien. Un beau paquet d'argent jeté par les fenêtres, et voilà les conservateurs qui se disent satisfaits des objectifs qui étaient censés être atteints. Or, la seule utilité de ces publicités consistait à faire oublier leur bilan économique pitoyable en faisant croire aux gens qu'ils faisaient quelque chose.

Ce qui a vexé les Canadiens — et ça vaut aussi pour l'époque où les libéraux étaient aux commandes —, c'est quand le gouvernement a puisé dans l'argent des contribuables pour financer une campagne de publicité qui coûte les yeux de la tête, ce qui est d'autant plus vrai pendant les séries éliminatoires, et qui est truffée de messages partisans.

Les conservateurs se défendent en rappelant le bilan des libéraux en matière de recettes publicitaires mal dépensées. En ce qui concerne les néo-démocrates, que les libéraux aient mal agi et soient à l'origine du scandale des commandites ne justifie pas grand-chose. Au moins ils ne sont pas allés aussi loin que les conservateurs. Ces derniers ont tenté de pousser la méthode jusqu'à la perfection afin que leurs manigances soient encore plus insidieuses et alimentent encore plus le cynisme de la population.

J'aimerais que ma collègue du troisième parti nous dise si, selon l'analyse qu'elle fait de sa motion, ce serait à une instance comme le vérificateur général de déterminer si une publicité est partisane ou non, puisque son impartialité ne fait aucun doute, qu'il n'a pas le moindre intérêt à en retirer quoi que ce soit et qu'il n'a aucun rôle à jouer dans les activités des partis.

•(1655)

L'hon. Judy Sgro: Monsieur le Président, nous ne recommandons personne en particulier, tant qu'il s'agit d'un tiers indépendant. Il y a de nombreuses instances qui pourraient se charger de cette tâche.

L'enjeu est double: d'un côté il y a l'aspect partisan des publicités, et de l'autre, il y a l'argent qu'on y consacre. Ce qui cloche, ce n'est pas que les conservateurs aient dépensé 758 millions de dollars pour informer les Canadiens des mesures extraordinaires qu'ils n'ont en réalité jamais prises. C'est que ce montant est carrément exagéré et

que les publicités visées servent non pas à informer adéquatement la population, mais à des fins partisans.

M. Adam Vaughan (Trinity—Spadina, Lib.): Monsieur le Président, dans mon enfance, j'ai eu le grand honneur d'être camelot pour Marshall McLuhan. Il en avait long à dire sur la publicité. Il disait que l'une des choses qui le déroutaient, c'était que tout le monde en faisait même si personne n'y croyait. Il y a du vrai dans ces propos. En effet, on ne peut pas croire ces annonces parce qu'elles sont fausses.

Là où c'est le plus évident, c'est dans la publicité sur les infrastructures qui sont diffusées à la télévision. Les conservateurs affirment qu'ils dépensent de l'argent frais pour les infrastructures. Or, les documents budgétaires indiquent clairement qu'il n'y a pas d'argent frais prévu pour les infrastructures dans le budget de cette année, pas plus qu'il n'y en avait l'année dernière.

Quand on pose des questions à ce sujet, les conservateurs citent des mesures comme la taxe sur l'essence, qui a d'ailleurs été mise en place par un gouvernement libéral. Ils semblent croire que cela répond aux questions qu'on leur pose.

Toutefois, quand on demande au maire de Vancouver combien il a reçu du Nouveau Fonds Chantiers Canada l'année dernière, la réponse est pas un sou. Qu'on pose la question aux maires de Calgary, de Winnipeg, de Regina, de Toronto, de Mississauga, d'Ottawa, de Montréal ou d'Halifax, la réponse est la même: pas un sou. Le gouvernement a présenté le Nouveau Fonds Chantiers Canada comme le plus grand programme de transfert de l'histoire du pays, mais il n'a pas versé un sou d'argent frais. L'argent n'a jamais été distribué.

Cependant, dans ces villes, les publicités sont arrivées plus vite que les fonds pour les infrastructures. Cela pose problème. Les conservateurs peuvent bien s'époumoner au sujet des scandales et des problèmes qui sont survenus sous d'autres gouvernements.

Parlons d'un scandale en particulier et de tout l'argent gaspillé lors de la construction des chemins de fer au pays. Imaginons ce qu'on aurait pu faire si tous les pots-de-vin payés aux conservateurs avaient servi à construire des infrastructures ferroviaires à l'époque de la Confédération. À quel point notre réseau ferroviaire serait-il meilleur si John A. Macdonald n'avait pas été aussi corrompu? Or, je ne vois pas les conservateurs menacer de lancer une enquête sur leurs propres agissements dans ce dossier.

Une voix: Êtes-vous en train de dire que nous n'aurions pas dû rapprocher les Canadiens, que nous n'aurions pas dû faire cela?

M. Adam Vaughan: Monsieur le Président, peut-être que le député aurait dû se rapprocher de nous. Il aurait peut-être découvert certaines choses et changé de parti.

Voici ce qui pose problème. Non seulement les publicités portent sur un fonds d'infrastructure qui n'existe pas, mais les agents qui rendent des comptes au gouvernement ont dit eux-mêmes que les publicités sont inefficaces. Par conséquent, si, comme le prétend le gouvernement, les publicités du gouvernement sont non partisans, répondent aux critères les plus stricts, et font la promotion de vrais services, on s'attendrait à ce que le gouvernement appuie tout simplement cette politique.

Les protestations des conservateurs et leur refus d'appuyer cette motion montrent qu'ils savent que leurs annonces sont en fait partisans et inefficaces et qu'elles constituent un gaspillage d'argent. Le gouvernement gaspille de l'argent parce qu'il le consacre à de la publicité alors qu'il pourrait s'en servir pour s'occuper des priorités qu'il néglige, ce qui est vraiment honteux.

Travaux des subsides

Le budget de cette année ne prévoit pas un sou pour améliorer les services d'éducation offerts dans les réserves aux Premières Nations, malgré la multitude de rapports, de plaidoyers et de protestations des populations et des dirigeants autochtones. Il n'y a pas un sou.

Pourtant, les conservateurs sont capables de trouver 100 000 \$ pour faire de la publicité lors d'un événement sportif. Leur sens des priorités est difficile à saisir pour les Canadiens. Que les conservateurs ne veuillent même pas faire évaluer ces annonces pour voir si elles sont non partisans et exactes et qu'ils préfèrent protester nous montre qu'ils ont atteint de nouveaux sommets de cynisme et qu'il faut mettre un frein à cette escalade.

Je conviens qu'il y a eu des problèmes dans le passé. J'étais journaliste et je faisais des reportages à ce sujet. La tâche qui nous attend ne consiste pas à refaire les procès et les enquêtes et à rembourser de nouveau les sommes d'argent, car elles ont déjà été remboursées, et on ne peut pas le faire deux fois.

La question est la suivante. Quand adopterons-nous une politique en matière de publicité qui expliquera les nouvelles politiques aux Canadiens de façon légitime et qui, parallèlement, nous permettra de disposer d'une somme suffisante pour offrir de nouveaux programmes aux Canadiens? Quand allons-nous diffuser des publicités qui ne feront pas l'objet d'appels auprès du Conseil des normes de la publicité et qui se révéleront être de mauvaises publicités?

C'est la question dont la Chambre est saisie aujourd'hui. Il nous faut une nouvelle norme. Je pense que tous les partis ont dit que le gouvernement ne devrait pas être autorisé à diffuser des publicités partisans. C'est l'objectif du projet de loi. Il sera intéressant de voir quels seront les partis qui l'appuieront.

Nous avons mentionné que pour les Canadiens, le plus important, ce n'est pas qu'on essaie de les convaincre que le gouvernement qu'ils ont élu fait un bon ou un mauvais travail; ce qui leur importe, c'est qu'on les renseigne sur les services gouvernementaux dont ils ont besoin. On pourrait penser que ce parti, qui prétend exercer une bonne gestion financière, comprendrait qu'il s'agit là d'une bonne politique fiscale et appuierait une motion comme celle-ci. Il n'aurait rien à cacher si ses publicités étaient assujetties à ce processus.

● (1700)

Et pourtant, le gouvernement ne veut rien entendre. Ces 750 millions de dollars pourraient servir à des villes, à des communautés des Premières Nations et à de petites municipalités qui ont besoin d'une nouvelle usine de traitement de l'eau. Mais le gouvernement a décidé que cet argent ne servirait à rien d'autre qu'à appuyer ses objectifs idéologiques.

On pourrait s'attendre à ce que les députés d'arrière-ban se révoltent quand ils voient des publicités annoncer des programmes qui n'existent pas et entendent des slogans dénués de sens. On pourrait s'attendre à ce qu'ils protestent quand les collectivités de leur circonscription ne réussissent pas à obtenir le financement dont elles ont besoin pour leurs infrastructures, et que le gouvernement choisit plutôt de gaspiller les deniers publics à diffuser des publicités pendant le Super Bowl et les éliminatoires de la Ligue nationale de hockey.

J'aimerais ajouter une chose. L'un des problèmes chroniques que nous avons au Canada est celui du chômage des jeunes. Le coût d'une seule publicité, soit 100 000 \$ pour 30 secondes, pourrait permettre d'offrir de nombreuses heures de travail à des jeunes qui accompliraient un vrai travail, renforceraient vraiment nos collectivités et ajouteraient à la capacité économique du pays. Mais au lieu de cela, on paie une publicité qui dit, fondamentalement, que les gens souhaiteront peut-être demander une certaine prestation si

jamais elle est adoptée par le Parlement. Cette prestation pourrait se concrétiser ou non; les gens l'apprendront plus tard, tout simplement.

Comme l'a dit Marshall McLuhan, personne ne croit les publicités. Des rapports ont indiqué qu'elles étaient inefficaces. Pourquoi le gouvernement conservateur s'entête-t-il à utiliser cette méthode inefficace, et pourquoi y engloutit-il 750 millions de dollars? Comment pourrait-on y voir une bonne politique financière, une bonne politique sociale, ou même une bonne publicité?

L'hon. Shelly Glover (ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles, PCC): Monsieur le Président, je veux revenir sur quelques observations entendues jusqu'à maintenant pour faire quelques mises au point. Il s'agit de questions chères aux Canadiens et de l'explication dont la Chambre a probablement le plus besoin.

En fait, les publicités viennent rétablir les faits lorsque des commentaires inappropriés ou trompeurs sont prononcés à la Chambre. Je profite de l'occasion pour faire ma déclaration sans recourir à la publicité.

L'actuel gouvernement accorde beaucoup d'importance aux Autochtones. Il en a fait preuve à maintes reprises, en présentant des excuses pour le triste épisode des pensionnats indiens et en présentant la Loi sur les biens matrimoniaux, contre lequel certains députés de l'opposition ont voté. Heureusement, nous avons été en mesure de le faire adopter, de sorte que toutes les femmes autochtones au pays ont enfin les mêmes droits que les autres Canadiennes.

Pour le gouvernement, il est absolument crucial de renforcer le système d'éducation des Premières Nations. Le député de l'opposition a tort lorsqu'il soutient que le budget ne prévoit aucun financement à cet égard. En effet, nous avons annoncé dans le budget un montant de 200 millions de dollars qui s'ajoutera au montant de 1,7 milliard de dollars dégagé annuellement pour l'éducation dans les réserves. Par ailleurs, en novembre dernier, le premier ministre a annoncé un financement de 500 millions de dollars pour la construction de nouvelles écoles dans les réserves des Premières Nations.

M. Adam Vaughan: Monsieur le Président, j'ai rencontré des dirigeants autochtones hier, à Toronto. La ministre mentionne les excuses présentées par le gouvernement pour l'épisode des pensionnats indiens, mais ces excuses sont demeurées sans suite. Les dirigeants se demandent pourquoi les victimes de l'un des plus sombres chapitres de l'histoire canadienne n'ont pas été dédommées. Les conservateurs parlent des fonds destinés aux enfants autochtones vivant dans des collectivités des Premières Nations et sur des territoires traditionnels mais, en réalité, ces enfants reçoivent moins d'argent par personne que les autres enfants du pays. Or, cet écart n'est pas abordé dans le budget.

Toutefois, j'aimerais ajouter la citation suivante au débat:

Comme les preuves de gaspillage et de mauvaise gestion généralisées en ce qui a trait aux contrats de publicité du gouvernement continuent de s'accumuler et que l'incompétence du gouvernement dans le domaine de la publicité [...] fait déjà l'objet d'un examen, le premier ministre mettra-t-il fin dès maintenant au gaspillage et aux abus en ordonnant un gel de toute la publicité gouvernementale discrétionnaire?

C'est Stephen Harper qui a prononcé ces paroles. Cependant, il est bien silencieux dans le présent débat, n'est-ce pas?

Le président suppléant (M. Barry Devolin): À l'ordre, s'il vous plaît. Je rappelle au député, comme il le sait sûrement déjà, qu'il ne peut pas désigner d'autres députés par leur nom.

Nous passons maintenant aux questions et observations. La députée de Saanich—Gulf Islands a la parole.

Travaux des subsides

• (1705)

Mme Elizabeth May (Saanich—Gulf Islands, PV): Monsieur le Président, je ne crois vraiment pas qu'un député, qu'il soit député ministériel ou de l'opposition, puisse trouver à redire à la proposition visant à demander à un tiers de déterminer si les contribuables en ont pour leur argent et si les publicités informent les Canadiens de choses qu'ils doivent entendre ou s'il s'agit plutôt du genre de publicités que nous voyons beaucoup trop souvent. Certaines publicités gouvernementales aident vraiment les Canadiens à apprendre des choses qu'ils doivent savoir. Malheureusement, un bien trop grand nombre d'entre elles sont clairement utilisées à des fins de propagande politique, plus que sous n'importe quel gouvernement antérieur.

Durant le débat d'aujourd'hui, mon collègue a-t-il entendu quelqu'un s'opposer à l'idée de créer un processus d'examen pour l'ensemble des législatures, des gouvernements et des Cabinets futurs afin que, à l'avenir, le gouvernement ne gaspille pas comme au cours des neuf dernières années?

M. Adam Vaughan: Monsieur le Président, ce débat ne réglera pas les problèmes du passé. L'objectif est de remédier au problème à l'avenir.

Lorsque j'étais journaliste, j'écoutais les politiciens dire que leurs opposants sont laxistes en matière de criminalité. C'est ridicule. Ensuite, l'autre côté dit que « les députés d'en face veulent gaspiller l'argent ». Aucune campagne politique n'est fondée sur un programme préconisant le gaspillage d'argent. Ce n'est tout simplement pas le cas.

Ce que nous demandons et voulons, c'est que la Chambre se rallie et se rende compte que les publicités gouvernementales ne devraient servir qu'à promouvoir les services gouvernementaux et non les partis politiques ou les idéologies.

Si les conservateurs croient vraiment que leurs publicités sont un service public et qu'elles sont indépendantes du programme politique et de l'idéologie de leur parti, ils n'auraient pas peur d'appuyer cette motion et d'assujettir leurs publicités à ce processus. Mais les députés d'en face sont réticents et lancent des accusations. Ils veulent éviter de soumettre leurs publicités à cet examen, parce qu'ils savent qu'elles y échoueraient.

M. Harold Albrecht (Kitchener—Conestoga, PCC): Monsieur le Président, c'est un honneur pour moi d'intervenir aujourd'hui sur la motion concernant la publicité gouvernementale, question qui continue de préoccuper les députés d'en face. Ces préoccupations sont infondées et détournent notre attention de la tâche importante qui consiste à bâtir un Canada fort. Je suis heureux d'avoir l'occasion de discuter du devoir important qu'a le gouvernement de communiquer avec les Canadiens au sujet des programmes qui touchent leur bien-être économique et social.

En 2009, par exemple, après le lancement de la phase de relance du Plan d'action économique du Canada, nous avons lancé une campagne publicitaire pour sensibiliser les Canadiens aux initiatives clés de création d'emplois et de renforcement de l'économie. C'était un usage judicieux de l'argent des contribuables. L'information et la prévisibilité permettent aux entreprises de bien planifier leurs affaires et d'investir dans l'avenir. Elles permettent également aux particuliers de tirer profit pleinement des programmes conçus pour les aider. C'est pourquoi nous avons le devoir de communiquer avec les Canadiens au sujet des programmes gouvernementaux.

Les publicités renseignent les Canadiens sur ces programmes et leur fournissent des renseignements importants qu'ils peuvent utiliser dans leur vie professionnelle et personnelle. Le crédit d'impôt pour la

rénovation domiciliaire est un excellent exemple, même s'il date de quelques années. Ce crédit temporaire, qui était un élément clé du Plan d'action économique, a été très populaire. Je suis convaincu que tous les députés ont entendu le point de vue de nombreux électeurs de leur circonscription à ce sujet, qui ont profité de cette excellente initiative. Le crédit d'impôt pour la rénovation domiciliaire n'a pas seulement aidé les Canadiens à réaliser certains projets, il a aussi créé des emplois pour les personnes au chômage. En outre, on nous a souvent dit qu'il avait contribué à attirer l'attention sur le travail au noir. Les propriétaires de petites entreprises qui mènent leurs activités conformément aux règles se sont réjouis de ces mesures, car il fallait présenter des reçus pour légitimer les dépenses engagées.

Ce programme a créé des emplois et des sources de revenus dans le secteur de la rénovation domiciliaire et de la construction, tout en aidant les Canadiens à rendre leurs maisons plus éconergétiques, à un coût moins élevé. En fait, plus de trois millions de Canadiens, ou environ le tiers des ménages propriétaires d'une maison, ont profité du programme.

Les publicités sur les programmes offerts par le gouvernement sont bénéfiques à bien des égards. Prenons l'exemple des communications au sujet des divers allègements fiscaux offerts par le gouvernement conservateur. Je songe également à nos communications visant à encourager les Canadiens à produire leur déclaration de revenus et de prestations en ligne et à temps afin de réclamer les prestations et les crédits auxquels ils ont droit.

Nous n'avons pas à rappeler aux Canadiens que nous sommes en pleine période de production des déclarations de revenus, et l'Agence du revenu du Canada s'efforcera de traiter plus de 28 millions de déclarations soumises par les Canadiens. D'ici la fin de la période de production des déclarations de revenus, plus de 22 milliards de dollars seront offerts aux particuliers et aux familles sous forme de crédits et de prestations. De ce côté-ci de la Chambre, nous croyons que les bonnes politiques fiscales sont celles qui permettent aux travailleurs canadiens de garder plus d'argent.

Nous avons également produit des campagnes publicitaires pour souligner certaines mesures disponibles comme les programmes de formation pour les jeunes et de recyclage pour les travailleurs plus âgés ainsi que l'aide offerte aux propriétaires de petite entreprise et aux fabricants. Je songe, par exemple, à l'initiative visant à permettre à des apprentis d'entrer sur le marché du travail en tant que travailleurs spécialisés.

Tous ces programmes ont été bénéfiques pour les citoyens, les collectivités et l'économie du Canada. La publicité s'est avérée un moyen important pour faire en sorte que les Canadiens soient informés au sujet de ces programmes et en profitent pleinement. D'ailleurs, les publicités du gouvernement ont joué et continuent de jouer un rôle dans l'atteinte de nos objectifs prioritaires et le renforcement de notre économie.

Il est difficile de contester les progrès réalisés. Les mesures de relance du Plan d'action économique du Canada ont permis d'assurer la reprise économique en protégeant les emplois et les familles tout en faisant des investissements importants pour contribuer à la prospérité à long terme du Canada. Le Plan d'action économique a permis de mettre en oeuvre, en temps opportun, un plan de relance de plus de 63 milliard de dollars. Ces fonds ont permis de créer des emplois à l'échelle locale, de soutenir les grandes et les petites collectivités, et de renouveler l'infrastructure scientifique et de recherche du Canada. Ces fonds ont également permis une solide reprise du marché du travail.

Travaux des subsides

●(1710)

Aujourd'hui, nous pouvons être fiers du fait que l'économie canadienne a connu l'un des meilleurs rendements parmi les pays du G7 au cours de la période de redressement. Environ 1,2 million de Canadiens de plus qu'à la fin de la récession ont aujourd'hui un emploi: la croissance de l'emploi au Canada est parmi les meilleures au sein du G7. En outre, plus de 85 % des emplois créés depuis juin 2009 sont des emplois à temps plein, plus de 80 % dans le secteur privé et presque les deux tiers dans des secteurs où les salaires sont élevés. Le secteur privé est sans contredit le moteur de cette reprise. La création d'emplois dans le secteur privé est essentielle pour la reprise et l'expansion économiques.

Pour la septième année de suite, le Forum économique mondial a qualifié le système bancaire canadien de plus solide au monde dans son rapport annuel sur la compétitivité mondiale. De plus, quatre agences de notation — Moody's Investors Service, Fitch Ratings, Standard & Poor's et Dominion Bond Rating Service — ont confirmé qu'elles continuaient d'accorder la plus haute cote de crédit au Canada et qu'elles s'attendent à ce que le pays conserve sa cote AAA au cours de la prochaine année. Cette résilience économique est le fruit des mesures que le gouvernement a prises avant la crise mondiale: réduire les impôts, rembourser la dette, alléger les formalités administratives et promouvoir le libre-échange et l'innovation.

Grâce à ses efforts soutenus pour veiller à ce que chaque dollar d'impôt soit dépensé de la façon la plus efficace possible et à ce que les dépenses inefficaces soient éliminées, le gouvernement a mené le pays sur la voie de l'équilibre budgétaire. Sans ces mesures, nous serions dans une situation beaucoup plus grave. Qui plus est, nous sommes parvenus à prendre toutes ces mesures sans augmenter les taxes et les impôts et sans réduire les investissements dans les transferts au titre des soins de santé et des services sociaux. Par conséquent, le Canada est bien placé pour conserver son avantage financier et, qui plus est, nous avons tenu notre promesse de rééquilibrer le budget fédéral.

Une des choses les plus importantes qu'un gouvernement peut faire pour favoriser la confiance et la croissance au pays, c'est de conserver une bonne situation financière. C'est particulièrement vrai en périodes de certitude et d'incertitude, comme celles que nous avons traversées depuis la récession mondiale survenue en 2008.

En réduisant la dette, nous pouvons libérer des recettes fiscales qui, autrement, serviraient à payer les frais d'intérêt. Nous pouvons réinvestir cet argent dans des secteurs importants pour les Canadiens, comme les soins de santé, les services publics et l'allègement du fardeau fiscal. La réduction de la dette aide aussi à maintenir les taux d'intérêt bas, ce qui incite les entreprises à investir et à créer des emplois. Cela montre également que les services publics sont viables à long terme. De plus, cette situation préserve les gains réalisés grâce au plan d'allègement fiscal du Canada et favorise la croissance à long terme, laquelle continuera de générer des emplois rémunérateurs pour les Canadiens.

Les publicités gouvernementales rehaussent la prospérité du pays à long terme. C'est une façon censée et efficace de dépenser l'argent des contribuables. Elle est censée parce qu'elle permet par ailleurs de rendre des comptes. La démarche est encadrée par des règles qui régissent à la fois les types de publicité que peut faire l'État et la production de rapports sur les coûts. Par exemple, la politique de communication du gouvernement du Canada indique noir sur blanc que les ministères et les agences peuvent faire de la publicité pour informer les Canadiens à propos, primo, de leurs droits et

responsabilités; secundo, des politiques, programmes, services et initiatives du gouvernement; et, tertio, des dangers ou des risques à l'égard de la santé publique, de la sécurité ou de l'environnement. La politique précise également que les ministères et les agences doivent arrimer toute campagne publicitaire aux priorités, aux thèmes et aux messages du gouvernement.

Si ces règles existent, c'est pour garantir que les Canadiens en ont pour leur argent lorsque le gouvernement investit dans des publicités. Nous respectons ces règles. Ainsi, dans un souci de reddition de comptes, nous suivons un processus strict. Chaque année, les ministères et les agences élaborent des propositions de publicité qui reflètent les priorités du gouvernement. Les recommandations sont soumises au Bureau du Conseil privé, qui prépare un plan de publicité pour l'ensemble de l'administration fédérale et le soumet à l'approbation du Cabinet. Le Cabinet décide ensuite des propositions qui iront de l'avant en fixant un budget maximal pour chacune. Une fois obtenue l'approbation du Conseil du Trésor, les fonds sont affectés aux ministères, qui les gèrent eux-mêmes.

●(1715)

Après avoir obtenu le financement requis, les ministères s'adressent à Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, TPSGC, pour la mise en oeuvre de leur campagne. TPSGC administre les contrats et l'approvisionnement pour les activités approuvées, administre le Système d'information de gestion de la publicité et publie un rapport annuel.

Différents mécanismes permettent aux parlementaires et à l'ensemble des Canadiens d'être bien renseignés sur les activités de publicité du gouvernement. Comme je l'ai mentionné, TPSGC publie le « Rapport annuel sur les activités de publicité du gouvernement du Canada ». Ce rapport fournit de l'information générale sur le processus de gestion de la publicité et donne un aperçu des campagnes publicitaires. Il dresse également la liste de toutes les dépenses par institution fédérale et par type de médias. Il informe les Canadiens du budget annuel total consacré à la publicité.

Par ailleurs, le Secrétariat du Conseil du Trésor publie tous les trimestres, sur son site Web, les affectations de fonds approuvées provenant du fonds central de publicité. Ce site Web donne une bonne idée du genre de campagnes publicitaires menées par le gouvernement. On peut y voir, par exemple, des campagnes sur la cyberintimidation, sous la gouverne du ministère de la Sécurité publique. Ces publicités sensibilisent la population aux enjeux de la cyberintimidation et proposent aux jeunes et aux parents des façons de contrer ce problème. Je doute que cette dépense puisse sembler inutile aux yeux de qui que ce soit à la Chambre. Comme nous le savons tous, pour venir à bout d'un problème comme celui-là, la meilleure méthode consiste à le révéler au grand jour. La publicité va tout à fait en ce sens.

J'aimerais ajouter que les contrats en matière de publicité sont affichés sur le site achatsetventes.gc.ca de TPSGC. De plus, les ministères et organismes doivent afficher tous les contrats dépassant 10 000 \$ sur leurs propres sites Web.

Par ailleurs, toute la recherche publicitaire du gouvernement du Canada qui fait l'objet d'un contrat, qu'elle serve à prétester une campagne ou à évaluer son efficacité, est accessible au public par l'intermédiaire de Bibliothèque et Archives Canada. On trouve aussi des renseignements à ce sujet en ligne, de même que dans le « Rapport annuel sur la recherche sur l'opinion publique au gouvernement du Canada » de TPSGC.

Travaux des subsides

Enfin, les crédits consacrés à la publicité doivent être approuvés par le Parlement du Canada. Avant d'utiliser des fonds, les organismes doivent demander au Parlement d'approuver les dépenses prévues dans le Budget principal ou supplémentaire des dépenses. Le Budget principal des dépenses, déposé le 1^{er} mars de chaque année, annonce les crédits budgétaires accordés à chacun des ministères pour l'année financière à venir. Ces crédits sont ensuite ajustés au cours de l'année dans les Budgets supplémentaires des dépenses. Habituellement, les dépenses publicitaires sont inscrites dans les dépenses de fonctionnement ou les dépenses consacrées aux programmes. Comme je l'ai dit, les dépenses réelles sont déclarées dans le « Rapport annuel sur les activités de publicité du gouvernement du Canada », de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

Le processus d'approbation des dépenses publicitaires du gouvernement est rigoureux et fait l'objet d'un examen minutieux dans les hautes sphères du gouvernement et ici, au Parlement.

Les Canadiens veulent que les élus et les fonctionnaires gèrent intelligemment les fonds publics et ils s'attendent à ce que nous respections les normes d'éthique les plus élevées. Pour inspirer la confiance, le gouvernement doit faire preuve de transparence et divulguer ce qu'il fait. Il doit garantir aux Canadiens et aux parlementaires que de bons mécanismes de surveillance existent et il doit leur donner l'information dont ils ont besoin pour qu'ils puissent juger de sa conduite. C'est précisément notre façon de procéder en ce qui concerne les publicités du gouvernement. Le gouvernement que nous offrons aux Canadiens n'est pas seulement celui qu'ils souhaitent, mais aussi celui qu'ils méritent.

La publicité du gouvernement a joué un rôle important dans le renforcement de l'économie canadienne, au moment où elle en avait le plus besoin. Elle est efficace et elle informe les Canadiens sur les programmes que l'État leur offre. Elle constitue une utilisation responsable des deniers publics. Elle est faite conformément aux règles, et les dépenses effectuées sont indiquées dans le rapport annuel de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada ainsi que dans les Comptes publics du Canada.

• (1720)

Je ne vois pas pourquoi nous devrions mettre fin à ce qui constitue une utilisation responsable et efficace de l'argent des contribuables. Je ne vois pas pourquoi le gouvernement ne devrait pas faire tout son possible pour aider les Canadiens à réussir.

Je suis fier des programmes et des mesures mis en oeuvre par le gouvernement dont nous avons parlé aujourd'hui. Il est essentiel de veiller à ce que les Canadiens soient au courant des possibilités qui s'offrent à eux pour qu'ils en tirent parti.

Il est honteux que le député d'en face s'oppose à l'idée d'informer les Canadiens sur les programmes qui leur sont bénéfiques, en particulier quand on sait que, lorsque le gouvernement actuel dépense de l'argent pour de la publicité, l'argent est vraiment utilisé pour de la publicité. Lorsque le gouvernement libéral précédent faisait ce genre de dépenses, l'argent se retrouvait dans les coffres du Parti libéral, qui devrait en avoir honte.

J'exhorte donc tous les députés à rejeter la motion qui nous est soumise. Comme je l'ai dit tout à l'heure, cette motion est une distraction qui nous éloigne des travaux importants de planification de la reprise économique et de notre responsabilité de veiller à ce que le Canada continue de prospérer au sein de l'économie moderne.

[Français]

M. Dany Morin (Chicoutimi—Le Fjord, NPD): Monsieur le Président, j'ai une autre question à poser à un autre de mes collègues conservateurs concernant les 750 millions de dollars qui ont servi à faire la promotion du bilan conservateur au cours des dernières années. Je trouve que c'est un gaspillage.

Il y a quelques années, les conservateurs ont dépensé — ou gaspillé, selon moi — 2,5 millions de dollars en publicité pour une subvention canadienne pour l'emploi qui n'existait même pas.

La question que j'adresse à mon collègue est simple: trouve-t-il qu'un investissement de 2,5 millions de dollars pour une publicité concernant un programme fédéral qui n'existait pas était un bon investissement?

[Traduction]

M. Harold Albrecht: Monsieur le Président, bien évidemment, nous annonçons parfois ce que nous prévoyons faire, ce qui était clairement le cas ici. Je me souviens très bien d'avoir discuté de la subvention canadienne pour l'emploi avec des représentants du collègue Conestoga, par exemple, et de leur enthousiasme à propos de ce programme qui permettrait de former davantage de travailleurs qualifiés et qui aiderait les travailleurs au chômage à se recycler. Le programme recueillait un vaste appui, bien qu'il ait fallu apporter des ajustements à sa version initiale.

Le gouvernement a investi dans de nombreuses initiatives qu'il est important de faire connaître aux Canadiens, comme les services aux nouveaux arrivants, par exemple. J'ai eu l'honneur d'assister à des cérémonies de citoyenneté dans ma circonscription. En fait, le bureau est situé juste en dehors de ma circonscription. J'ai probablement assisté à plus de 100 de ces cérémonies au cours des dernières neuf années et demie. Dans mon travail à titre de député, il n'y a rien de plus agréable que de voir le regard des nouveaux citoyens à leur arrivée et alors qu'ils prêtent le serment de citoyenneté, après avoir résidé ici pendant trois ans. Il est important d'informer les nouveaux arrivants des mesures prises par le gouvernement pour créer un système d'immigration rapide et flexible, y compris les améliorations apportées à la reconnaissance des titres de compétences étrangers et les super visas pour accélérer la réunification des familles.

Ces mesures et bien d'autres constituent d'importantes campagnes publicitaires que nous avons lancées pour informer les Canadiens des programmes qui leur sont offerts.

• (1725)

Mme Joyce Murray (Vancouver Quadra, Lib.): Monsieur le Président, il est évident que les Canadiens n'approuvent pas les publicités partisans coûteuses, mais le gouvernement dépense justement leur argent sur ce genre de publicités. D'une part, le gouvernement a dépensé 750 millions de dollars pour de la publicité et, d'autre part, il a réduit plusieurs services très importants, notamment ceux offerts aux anciens combattants pour répondre à leurs besoins de première ligne. Il a aussi réduit de moitié le montant consacré au programme d'emploi pour les jeunes, et sacré 15 millions de dollars dans les services d'établissement dans ma province, la Colombie-Britannique, contrairement à ce que le député vient de dire.

Travaux des subsides

Ce qui me rend perplexe, c'est que le député qualifie leur publicité d'excellente. Si c'est le cas, les conservateurs ne devraient pas voir d'objection à ce que cette motion soit adoptée seulement parce qu'il y est question d'un processus d'examen par un tiers. Si la publicité est appropriée, elle sera approuvée. Que craignent-ils alors? Peut-être craignent-ils que la majeure partie de leur publicité soit le genre de publicité partisane coûteuse que les Canadiens ne veulent pas payer avec leurs impôts?

J'aimerais demander au député où est le problème puisque la motion parle simplement d'un examen par un tiers, et non d'un examen orwellien comme celui qu'il a décrit, où l'approbation vient de l'échelon le plus élevé. Cela signifie que l'approbation viendrait de son premier ministre, qui est favorable à ce gaspillage, et que la publicité serait assujettie à l'examen parlementaire dans une situation majoritaire...

Le président suppléant (M. Barry Devolin): À l'ordre. Le député de Kitchener—Conestoga a la parole.

M. Harold Albrecht: Monsieur le Président, je ne suis pas étonné de constater que les libéraux sont déterminés à ajouter un autre niveau de bureaucratie pour superviser le processus que j'ai clairement expliqué dans mes observations. Ils veulent utiliser les mesures de contrôle qui sont déjà en place pour créer un autre niveau de bureaucratie, qui supervisera un autre niveau de bureaucratie. Voilà le genre de gouvernement que les députés libéraux voudraient créer.

J'ai une question encore plus fondamentale. Plusieurs fois aujourd'hui, j'ai entendu la députée et ses collègues parler de publicité partisane. Je me demande si elle estime que les publicités diffusées avant l'enquête de la commission Gomery étaient partisans. C'est ma question, mais cela dit, la députée sait-elle où sont passés les 40 millions de dollars? Pourrait-elle inciter ses collègues à les rembourser?

Mme Elizabeth May (Saanchi—Gulf Islands, PV): Monsieur le Président, j'ai entendu mon collègue de Kitchener—Conestoga mentionner qu'il pensait que la motion indique que le parti de l'opposition qui la présente et le député de l'opposition s'opposent en fait à ce que le gouvernement diffuse des publicités pour renseigner les Canadiens sur les programmes qui leur sont offerts. J'ai lu la motion, et je constate qu'elle indique clairement que l'examen mené par un tiers ferait en sorte qu'à l'avenir, seule la publicité des autres partis et des autres administrations — et je sais qu'il s'agit d'un concept qui ne semble pas trop plaire à mon collègue...

Ne serait-il pas judicieux d'encadrer la façon dont le gouvernement dépensera l'argent des contribuables à l'avenir, en veillant à ce qu'un tiers s'assure que les publicités visent bel et bien à renseigner les Canadiens, et non à les tromper au moyen d'une campagne de propagande?

M. Harold Albrecht: Monsieur le Président, tout au long de mon intervention, j'ai fait ressortir les nombreux mécanismes de contrôle qui existent déjà concernant l'approbation des publicités gouvernementales. J'imagine que nous pourrions argumenter pour savoir s'il s'agit, ou non, de publicités partisans à cause des couleurs qu'on y voit.

Ces arguments superflus nous éloignent de l'essentiel, à savoir que le gouvernement, quel qu'il soit, a la responsabilité d'informer les citoyens des programmes qui s'offrent à eux et de leur expliquer en quoi ils leur seront utiles, qu'il s'agisse d'un crédit d'impôt, de programmes d'apprentis ou d'une nouvelle prestation pour la garde des enfants. Je rappelle à ce sujet que les familles qui ont des enfants de 6 à 17 ans et qui n'étaient pas inscrites à l'ancien programme

doivent s'inscrire si elles veulent recevoir leurs prestations. Bref, il est important que le gouvernement fasse connaître aux Canadiens les programmes dont ils peuvent se prévaloir.

• (1730)

M. Brad Butt (Mississauga—Streetsville, PCC): Monsieur le Président, je suis convaincu que mon collègue de Kitchener—Conestoga conviendra avec moi que, quel que soit le parti au pouvoir, le gouvernement a la responsabilité fondamentale de communiquer avec les Canadiens, par exemple au moyen de publicités, pour qu'ils connaissent les programmes et les services qu'il leur offre. Les députés du Parti libéral font montre d'une hypocrisie crasse en proposant la motion dont la Chambre est actuellement saisie. Ils ne peuvent tout simplement pas affirmer qu'aucune des publicités qui ont été diffusées à l'époque où ils étaient aux commandes n'était « partisane » quel que soit le sens qu'on donne à ce mot.

Cela étant dit, les électeurs de Mississauga—Streetsville apprécient que le gouvernement les informe des programmes et des services qui leur sont offerts et leur explique comment se prévaloir des programmes, des services et des prestations dont ils ont besoin. J'aimerais que le député confirme qu'il trouve lui aussi qu'il s'agit d'une fonction importante dont le gouvernement doit s'acquitter, et qu'il doit organiser des campagnes publicitaires pour que les Canadiens comprennent bien les programmes et les services qui leur sont offerts.

M. Harold Albrecht: Monsieur le Président, c'est une question claire avec une réponse facile. La majorité des députés tentent d'informer les habitants de leur circonscription respective des initiatives qu'ils prennent. Par exemple, chaque année, j'organise un événement où les gens peuvent apporter leurs vieux documents financiers et les déchiqueter pour qu'ils ne tombent pas entre les mains de cybervoleurs. Des agents de la GRC et des services policiers régionaux sont sur place pour expliquer aux gens comment ils peuvent prévenir le vol d'identité.

J'informe mes concitoyens de cet événement à l'aide d'un document que nous appelons le « dix-pour-cent ». J'ai souvent reçu des plaintes parce que je me servais de fonds parlementaires pour envoyer ces documents. Je me souviens que, lors d'un de ces événements de déchiquetage, un homme s'est plaint de tous les envois postaux que je faisais. Je lui ai demandé comment il avait pris connaissance de l'événement, et il avait en main l'annonce. On peut bien affirmer ce que l'on veut. Cependant, il faut se rendre compte que, si le gouvernement ne prend pas le temps d'informer les Canadiens des services qui leur sont offerts, personne d'autre ne le fera.

J'ai mentionné le crédit d'impôt pour la rénovation domiciliaire, le programme de travail partagé ayant aidé de nombreux employeurs à conserver certains de leurs employés les plus qualifiés pendant le ralentissement économique, les programmes de sensibilisation aux mauvais traitements infligés aux personnes âgées à propos desquels nous avons fait de la publicité, le fractionnement du revenu pour les aînés, le crédit d'impôt pour la condition physique des enfants, le crédit d'impôt pour aidants familiaux, et j'en passe.

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): La période réservée aux questions et observations est écoulée, mais je vois que la députée de York-Ouest se lève.

L'hon. Judy Sgro: Monsieur le Président, plus tôt cet après-midi, j'ai employé le mot « mensonges » et j'aimerais me rétracter.

Travaux des subsides

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Je remercie la députée d'York-Ouest d'avoir répondu à l'intervention de tout à l'heure; je pense que nous pouvons considérer l'affaire close.

Nous reprenons le débat.

La députée de Random—Burin—St. George's a la parole.

Mme Judy Foote (Random—Burin—St. George's, Lib.): Monsieur le Président, c'est un plaisir d'intervenir aujourd'hui au sujet de la motion présentée par mon collègue libéral, le député d'Ottawa-Sud, portant sur la très grave question des publicités partisans inutilement coûteuses.

Je précise également, monsieur le Président, qu'il me fera plaisir de partager mon temps de parole avec le député de Winnipeg-Nord.

Tous les députés ont l'obligation de veiller à ce que l'argent durement gagné par les contribuables soit dépensé de façon responsable; c'est justement ce qui rend si important le débat sur l'utilisation des deniers publics pour financer des publicités partisans inefficaces. Alors que le gouvernement conservateur au pouvoir prône l'austérité budgétaire et invite tout le monde sauf lui à se serrer la ceinture, il dépense des centaines de millions de dollars pour faire de l'autopromotion. Depuis plus de neuf ans, les conservateurs se servent de l'argent des contribuables pour diffuser des annonces publicitaires très partisans contenant souvent très peu d'information, voire aucune. De 2006-2007 à 2014-2015, le gouvernement du Canada a dépensé 758 millions de dollars en publicité.

D'après les chiffres parus dans les médias aujourd'hui, l'actuel gouvernement conservateur compte dépenser, en avril et en mai seulement, 13,5 millions de dollars pour faire la promotion de son budget préélectoral. Je dis bien 13,5 millions de dollars de l'argent des contribuables pour faire la promotion d'allègements fiscaux ciblés.

Le gouvernement a gaspillé des millions de dollars pour diffuser des publicités dans le cadre d'événements très médiatisés, lorsque les coûts sont beaucoup plus élevés, notamment lors des Oscars, des Grammys, du Super Bowl, des championnats mondiaux de hockey junior et des séries éliminatoires de la LNH, et a refusé de divulguer les coûts aux Canadiens.

Les conservateurs ont, à maintes reprises, utilisé l'argent des contribuables pour payer des publicités télévisuelles très partisans diffusées dans les créneaux les plus chers, notamment lors des finales du Super Bowl et de la coupe Stanley. Soit dit en passant, il en coûte plus de 100 000 \$ pour diffuser une publicité de 30 secondes dans ces créneaux. C'est tout simplement inacceptable et irresponsable. Je ne peux qu'imaginer le nombre de jeunes étudiants qui pourraient trouver un emploi avec cet argent.

Les libéraux ne sont pas les seuls que ce problème préoccupe. La Fédération canadienne des contribuables, un organisme dont le ministre de la Défense nationale a été président et chef de la direction et le député conservateur de Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, directeur national, a exhorté le gouvernement à mettre fin à ces publicités partisans financées par les contribuables.

Voici ce qu'a déclaré le directeur fédéral de l'organisme dans un communiqué publié récemment:

Si un gouvernement peut utiliser des fonds publics pour « informer » les Canadiens tout en faisant la promotion des politiques du parti au pouvoir, il est fort probable qu'il le fera. C'est non seulement un gaspillage de ressources précieuses, mais un affront à l'équité dans une démocratie. En outre, cela viole le principe démocratique selon lequel les fonds publics ne devraient pas servir à des fins partisans.

Le gouvernement actuel a dépensé des millions de dollars pour mener des campagnes de publicité portant sur des programmes qui n'existent pas encore.

Un peu plus tôt ce mois-ci, j'écoutais la télévision et j'ai vu, à mon plus grand étonnement, une publicité payée par le gouvernement qui portait sur des mesures fiscales proposées n'ayant pas reçu l'approbation du Parlement, comme le soi-disant allègement fiscal pour les familles. Au bas de l'écran, en petits caractères, se trouvaient les mots « Sous réserve de l'approbation du Parlement ».

Il me semble que le gouvernement devrait attendre qu'un programme ou une mesure ait été approuvé par le Parlement avant d'en faire la publicité.

Ce n'est pas la première fois que le gouvernement diffuse des messages publicitaires relatifs à un programme qui n'existe pas, mais j'espère bien que ce sera la dernière grâce à la motion responsable présentée par les libéraux dont nous sommes saisis aujourd'hui.

Voici un exemple particulièrement flagrant: en 2013, l'organisme Les normes canadiennes de la publicité a forcé le gouvernement à retirer des ondes sa campagne publicitaire de mai 2013, qu'il a qualifiée de « trompeuse ». L'organisme avait envoyé à une personne occupant le poste de sous-ministre adjoint d'Emploi et Développement social Canada une lettre pour dénoncer le fait que le gouvernement du Canada contrevenait au Code canadien des normes de la publicité en diffusant des publicités qui invitaient les Canadiens à présenter une demande au titre de la subvention canadienne pour l'emploi. La subvention n'existait pas encore et aucune province n'avait accepté de participer à cet éventuel programme. Pourtant, pour que le modèle initial fonctionne, les provinces auraient dû payer un tiers de la subvention.

● (1735)

Le gouvernement a aussi continué de diffuser des messages publicitaires alors que les programmes visés n'existaient plus. Autre exemple de gaspillage, le gouvernement conservateur a dépensé 37,4 millions de dollars pour promouvoir son Plan d'action économique depuis la fin du programme. Même lorsque les programmes faisant l'objet de messages publicitaires existent bel et bien, les sondages d'opinion publique du gouvernement au sujet de ses campagnes de publicité montrent constamment que celles-ci n'ont pratiquement aucun effet sur les Canadiens. La vaste majorité d'entre eux disent n'avoir rien fait après avoir vu une publicité du gouvernement du Canada. Selon un sondage financé par le gouvernement sur l'efficacité de la publicité au sujet du budget de 2013, seulement 3 des 2 003 répondants ont dit avoir consulté le site Web du Plan d'action économique et aucun d'entre eux n'a composé le numéro 1-800-O-Canada dont il était question dans la publicité.

Travaux des subsides

Les messages publicitaires du gouvernement du Canada diffusés à l'étranger n'ont guère plus de succès. Une étude financée par le gouvernement a révélé qu'une série de messages publicitaires présentés dans des stations de métro de la région de Washington pour vanter le bilan environnemental et les mérites de l'industrie pétrolière du Canada avait eu très peu d'effet. Malgré tout, le gouvernement conservateur a décidé de prolonger cette campagne en dépensant 22,7 millions de dollars sur deux ans. Je le répète: le gouvernement a dépensé 22,7 millions de dollars pour des messages publicitaires inefficaces dans le métro d'une capitale étrangère. Pensons à ce que les Canadiens pourraient faire avec cet argent. Pensons aux Canadiens les plus vulnérables qui ont un grand besoin de programmes dans lesquels le gouvernement conservateur a sabré. Les études menées par le gouvernement révèlent que la publicité vague et partisane est inefficace. Pourtant, les conservateurs continuent de payer cette publicité avec l'argent des contribuables.

Au moment même où le gouvernement conservateur dépense plus d'un quart de milliard de dollars pour de la publicité partisane inefficace, dans le but parfois de promouvoir des programmes qui n'existent pas encore, des gens partout au pays ont du mal à joindre les deux bouts et doivent se serrer la ceinture pour subvenir aux besoins de leur famille. Cette situation est aussi totalement inacceptable. Les conservateurs devraient s'employer à renforcer l'économie et à aider à créer des emplois, plutôt que de dépenser l'argent des contribuables dans des campagnes publicitaires partisanes qui coûtent cher.

Le plus récent budget du gouvernement conservateur dégage un excédent artificiel sur le dos des Canadiens en amputant des programmes et des services destinés à aider les plus vulnérables de nos concitoyens. La démarche s'inscrit hélas dans une tendance. Au cours des dernières années, le gouvernement a fermé neuf bureaux régionaux du ministère des Anciens Combattants, qui aidaient pourtant d'anciens combattants qui ont tant donné à notre pays et qui ont réellement besoin d'aide. Or, maintenant que ces personnes ont besoin qu'on leur tende la main, le gouvernement ne répond pas à l'appel.

Le gouvernement a cessé de subventionner les logements coopératifs à loyer modique et il a fait passer de 65 à 67 ans l'âge d'admissibilité à la Sécurité de la vieillesse. Je connais des gens qui seront tout simplement incapables de travailler une fois qu'ils auront atteint 65 ans; s'il leur faut attendre deux ans de plus pour toucher des prestations, ils devront se tourner vers les programmes provinciaux, les programmes d'aide sociale, dont les prestations sont nettement inférieures à celles de la Sécurité de la vieillesse.

Ce n'est pas normal que les transferts en santé aux provinces soient amputés de près de 36 millions de dollars au nom de la prudence financière et de l'austérité. Alors que le gouvernement conservateur a dépensé plus de 100 000 \$ en un an pour élargir le rayonnement des gazouillis d'Anciens Combattants Canada, il néglige les anciens combattants eux-mêmes. L'an dernier, le ministère a consacré 4,3 milliards de dollars à une campagne publicitaire destinée à faire connaître les programmes de réadaptation, d'aide financière, de soins de santé mentale et de réorientation professionnelle pour, du même souffle, fermer les bureaux mêmes où doivent se rendre les anciens combattants pour s'informer à leur sujet. Bien qu'ils offrent tous ces services, les conservateurs négligent les anciens combattants en les privant des moyens de s'en prévaloir. Le tollé a d'ailleurs été palpable.

• (1740)

La réaction négative des téléspectateurs a été évidente. Lors d'un sondage interne, on a demandé aux gens de mentionner l'objet

principal de la publicité. Quelque 150 personnes ont dit soit que le gouvernement négligeait les anciens combattants, soit qu'il faisait sa propre promotion parce qu'il ne les avait pas suffisamment aidés. Bien que la réaction ait été négative, le ministère a prétendu que la campagne avait été efficace.

Les libéraux élimineraient les considérations partisanes des publicités financées par les fonds publics et ils feraient en sorte que les publicités gouvernementales ne donnent que de l'information utile aux contribuables canadiens. Le député libéral d'Ottawa-Sud a présenté un projet de loi qui en est à l'étape de la deuxième lecture. Sa mesure législative éliminerait les considérations partisanes des publicités gouvernementales en en rendant obligatoire l'approbation par le vérificateur général avant leur diffusion.

Cette façon de procéder donne de bons résultats en Ontario. Pendant le mandat de l'ancien gouvernement progressiste-conservateur, les contribuables ont payé des publicités dans lesquelles figurait Mike Harris, le premier ministre ontarien de l'époque. En 2004, le gouvernement libéral de l'Ontario...

• (1745)

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): À l'ordre. Nous passons aux questions et observations.

M. Brad Butt (Mississauga—Streetsville, PCC): Monsieur le Président, j'ai assisté à une bonne partie du débat d'aujourd'hui. J'ai écouté le débat sur la motion de l'opposition sur les publicités présentée par les libéraux, mais je n'ai pas encore entendu un seul député libéral présenter des excuses à la population canadienne pour le scandale des commandites. Pas un seul.

La députée qui vient de parler est la whip de son parti. Elle est en position d'autorité au sein du caucus libéral actuel de la Chambre des communes. Voici ma question: présentera-t-elle des excuses, dès maintenant, pour les 40 millions de dollars qui sont disparus et que nous ne reverrons plus? Présentera-t-elle des excuses pour le scandale des commandites et pour ce que les libéraux ont fait subir aux Canadiens, dans les années 1990, lorsque les gouvernements Chrétien et Martin ont dépensé des fonds publicitaires?

J'estime que le Parti libéral doit des excuses à la Chambre.

Mme Judy Foote: Monsieur le Président, j'ai bien entendu la question de mon collègue d'en face. Ses propos laissent entendre assez clairement qu'en tant que député du Parti conservateur, il est gêné de voir ce qui se passe au sein du gouvernement conservateur. Les sommes d'argent dont j'ai parlé dans mon discours nous montrent nettement qu'il y a matière à être gêné, et la colère qui semble se dégager des propos du député montre qu'il est effectivement gêné.

Je crois que le député admet que ce qui se passe n'est pas acceptable et que cette motion est exactement ce dont la Chambre a besoin. Ce que nous propose le député libéral d'Ottawa-Sud est exactement ce que tous les partis devraient envisager et devraient appuyer à l'unanimité, pour que cesse la publicité partisane, c'est-à-dire l'utilisation des deniers publics pour autre chose que la promotion des programmes dont les Canadiens ont besoin et qu'ils méritent.

M. David McGuinty (Ottawa-Sud, Lib.): Monsieur le Président, c'est un plaisir d'entendre les propos judicieux de ma collègue.

Travaux des subsides

Pour répondre dans une certaine mesure au député conservateur qui a pris la parole il y a un instant, essayons d'illustrer concrètement ce que fait le gouvernement. Il a consacré 29,5 millions de dollars à l'érection de 9 800 panneaux publicitaires au Canada. Pire encore, les conservateurs ont obligé les municipalités où ces panneaux ont été érigés à y consacrer une partie de l'argent qu'elles recevaient du gouvernement fédéral pour les travaux d'infrastructure, de manière à ce qu'ils puissent attribuer cette dépense aux municipalités. C'est le genre de subterfuge que le gouvernement emploie en matière de publicité.

Ma collègue convient certainement que la somme de 29 millions de dollars pourrait, par exemple, servir à payer 515 infirmières de la santé publique pendant un an, à financer la construction de 500 unités de logement abordable ou à payer 15 000 traitements de chimiothérapie pour des patients atteints de cancer se trouvant sur une liste d'attente. C'est exactement le genre d'utilisation responsable de l'argent que nous souhaitons et c'est la raison pour laquelle, comme la députée l'a souligné, notre suggestion consiste à demander à une tierce partie, soit à un commissaire à la publicité oeuvrant au sein du bureau du vérificateur général, d'effectuer un examen raisonnable, équilibré et objectif de la publicité.

La députée pourrait-elle nous aider à comprendre quelles utilisations de l'argent pourraient être faites à la place de cette publicité inutile?

Mme Judy Foote: Monsieur le Président, je remercie le député d'Ottawa-Sud de deux choses: premièrement, de la motion qu'il a présentée aujourd'hui car elle est très importante pour les contribuables canadiens, et deuxièmement, de sa question.

Comme nous l'avons dit ici aujourd'hui, je reconnais qu'il faut vraiment faire les choses autrement. La mesure proposée est importante parce qu'il est nécessaire de faire connaître les programmes aux Canadiens. Ils doivent être au courant des programmes qui existent et de ce que nous faisons. Ce qui n'est pas nécessaire, c'est de gaspiller les deniers publics de façon partisane et de laisser entendre que le gouvernement conservateur est le seul capable d'offrir ces programmes.

Les deniers publics doivent être utilisés de façon équitable, car il ne s'agit pas de l'argent du gouvernement, mais plutôt de celui des contribuables. Confier à un tiers le soin d'examiner comment l'argent est dépensé est une solution responsable. En matière de publicité, il est responsable qu'une entité autre que l'un des partis de la Chambre des communes — autre que le Parti conservateur, le Parti libéral, le Nouveau Parti démocratique, le Parti vert, ou n'importe quel autre parti — détermine ce qu'est l'utilisation judicieuse des deniers publics.

Il faut que la publicité concerne des mesures dont les Canadiens ont besoin, qu'ils veulent et qu'ils méritent, et qui ne sont pas présentées comme de belles initiatives d'un parti en particulier, parce que c'est l'argent des contribuables qui finance ces mesures. Nous allons faire preuve de leadership en offrant des programmes que les Canadiens veulent et qu'ils réclament, parce que nous les écoutons d'un océan à l'autre. Par contre, nous ne dirons pas...

• (1750)

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): À l'ordre.

Nous reprenons le débat. Le député de Winnipeg-Nord a la parole.

M. Kevin Lamoureux (Winnipeg-Nord, Lib.): Monsieur le Président, je devrais sans doute continuer là où la députée précédente a terminé et poursuivre sur l'importance de la question. Nous devons être conscients qu'il s'agit d'argent public. Le gouvernement met en

place toutes sortes de programmes. Personne ne veut empêcher le gouvernement de faire la promotion de programmes légitimes au moyen de publicités. Il existe de nombreuses mesures que le public doit connaître et il revient au gouvernement d'utiliser les deniers publics pour en faire la publicité.

Toutefois, il reste que, plus que tout autre premier ministre canadien jusqu'à présent, le premier ministre a utilisé et détourné l'argent des contribuables pour acheter des publicités. Nous ne parlons pas de quelques millions de dollars, mais bien de 750 millions de dollars, soit trois quarts d'un milliard de dollars. Une grande partie de cette somme va à des publicités qui ne sont rien d'autre que de la propagande politique et partisane, par lesquelles le bureau du premier ministre fait passer son message, en plus de lancer des fleurs à son Cabinet et au Parti conservateur.

Selon moi, les Canadiens voient clairement que le gouvernement fait preuve de négligence flagrante au chapitre des fonds publics et qu'il dépasse les bornes en gaspillant l'argent de leur impôt, alors qu'il y a tant d'autres besoins à combler.

Tout au long de la journée, j'ai écouté les conservateurs et les néo-démocrates critiquer la motion. Je pense néanmoins que le NPD l'appuiera. Cela me rappelle que les partis politiques se montrent parfois aveugles à la réalité de l'heure. Les députés se souviendront peut-être que c'est le chef du Parti libéral qui a proposé la divulgation proactive, chose à laquelle les conservateurs et les néo-démocrates se sont d'abord opposés. Nous avons insisté. Éventuellement, les conservateurs se sont ralliés et les néo-démocrates ont été entraînés à leur corps défendant; il a fallu forcer la tenue d'un vote. Éventuellement, ils ont emboîté le pas et la divulgation proactive existe désormais.

Si un processus de divulgation proactive avait été mis en place il y a plusieurs années, cela aurait été fantastique, tout comme ce que nous proposons aujourd'hui. C'est un grand pas en avant. Il y a énormément de fonds publics qui sont dépensés chaque année pour des publicités. Pourquoi ne pas permettre à un organisme indépendant de déterminer les dépenses qui doivent être assumées par un parti politique et celles qui doivent être assumées par l'État? Pourquoi le gouvernement s'opposerait-il à cela? C'est ce qu'il fait aujourd'hui. Les conservateurs ont fait des pieds et des mains pour détourner l'attention de cette question.

Concentrons-nous sur le sujet en question. La motion dont nous débattons aujourd'hui porte sur les publicités et sur la création d'un organisme indépendant qui pourrait déterminer quelles sont les publicités qui peuvent être produites parce qu'elles sont dans l'intérêt de la population canadienne et non dans celui du premier ministre ou du Cabinet du premier ministre. Il est question d'un organisme indépendant. Si nous faisons cela, il y aurait de bien meilleures publicités qui porteraient sur les questions d'actualité qui sont importantes pour les gouvernements et les Canadiens.

J'ai entendu des députés parler de l'importance de certains programmes pour les anciens combattants et pour le logement. Il ne fait aucun doute qu'il y a beaucoup de bons programmes dont il faut faire la promotion. Le Parti libéral du Canada n'est pas contre cela.

• (1755)

Nous affirmons qu'il doit y avoir un organisme indépendant. Lorsqu'il est question de dépenser l'argent des contribuables, qui est très important, il faut pouvoir compter sur un organisme indépendant, qui garantira que l'argent n'est pas utilisé à mauvais escient, par exemple pour des motifs trop politiques ou pour appuyer un parti politique donné, qui se trouve à être le gouvernement actuel.

Travaux des subsides

Le gouvernement s'est contenté d'invoquer des événements du passé pour justifier qu'il s'agit d'une mauvaise initiative. Les conservateurs affirment qu'en raison de ce qui s'est déjà passé, ils ne devraient pas être tenus de respecter de telles règles. Les députés néo-démocrates, eux, vont nous faire la morale, comme s'ils n'avaient rien à se reprocher et n'avaient commis aucun écart de conduite. Ils diront que oui, nous devrions peut-être adopter des mesures de ce type, mais ils se demanderont pourquoi ce sont les libéraux qui les proposent. Cela ressemble beaucoup à l'approche qui a été adoptée en ce qui concerne la divulgation proactive. Dans ce cas, c'est le Parti libéral qui, au bout du compte, a été le chef de file, car il s'est rendu compte que de telles mesures étaient nécessaires. C'est la même chose dans le cas qui nous occupe aujourd'hui. La seule différence, c'est que les députés néo-démocrates sont ceux qui hésitent un peu à nous appuyer, mais nous avons l'impression qu'ils le feront. Ce sont les conservateurs qui rejettent la motion.

J'aimerais signaler au premier ministre et à ses employés, puisque ce sont eux qui font circuler les renseignements parmi les membres du caucus conservateur, que s'ils ne sont pas prêts à reconnaître qu'il s'agit d'un enjeu important et préféreraient continuer à faire des cachettes aux Canadiens à propos de dépenses totalisant des centaines de millions de dollars, le Parti libéral en fera un enjeu électoral. Nous sommes prêts à nous montrer audacieux et à déclarer qu'il est temps que les choses changent, avec ou sans l'appui unanime de la Chambre. Le Parti libéral est résolu à faire avancer les choses, parce qu'il reconnaît l'importance des fonds publics.

Le projet de loi C-544 présenté par mon collègue d'Ottawa-Sud n'a que de bons côtés; nous n'avons rien à perdre à l'adopter. Si le gouvernement avait vraiment à coeur de bien traiter les contribuables et comprenait qu'il est important d'utiliser la publicité à bon escient, il reconnaîtrait que ce projet de loi mérite un débat et pourrait avoir une incidence tangible sur la population. C'est facile à comprendre. C'est une idée plutôt simple, et vraiment nécessaire.

Nous sommes conscients de l'importance que revêt la publicité, mais les abus dont nous avons été témoins constituent une insulte à l'intelligence collective. Le meilleur exemple qui me vient à l'esprit est celui des publicités sur le plan d'action. Les conservateurs dépensent 13 millions de dollars pour expliquer aux Canadiens à quel point le budget qu'ils viennent de présenter est merveilleux. S'il est aussi merveilleux qu'ils le prétendent, où est le ministre des Finances? Il n'est jamais ici pour défendre son budget.

La valeur réelle du budget est tout au plus discutable. Il constitue un affront pour la classe moyenne, il ne crée aucun emploi, et quand on y pense, il fait très peu pour préparer le pays à la réalité de demain, socialement autant qu'économiquement. Cela n'empêche pas les conservateurs de dépenser 13 millions de dollars pour donner de fausses impressions aux Canadiens, comme s'ils avaient réellement fait du bon boulot. Or, c'est loin d'être le cas.

Voyons plutôt à quoi ressemble l'envers de la médaille. Le pays accuse un déficit commercial, et ses infrastructures sont en crise d'un océan à l'autre parce que le gouvernement refuse de délier les cordons de la bourse, préférant attendre après les élections. De nombreux postes budgétaires essentiels sont sous-financés. Les conservateurs disent qu'ils serrent la vis aux criminels et qu'ils sont sans pitié pour les prédateurs d'enfants, mais la GRC lésine sur les moyens parce qu'elle a reçu l'ordre de ne pas dépenser tout l'argent dont elle dispose pour ses programmes qui permettraient de traquer ceux qui utilisent Internet pour exploiter nos enfants.

● (1800)

Je pourrais continuer encore longtemps à donner des exemples prouvant qu'il s'agit d'un très mauvais budget, mais les conservateurs ne s'embarrassent d'aucuns scrupules. Ils vont dépenser des millions pour mousser leur budget, ce qui constitue un gaspillage en règle, si on me demande mon avis.

[Français]

M. Dany Morin (Chicoutimi—Le Fjord, NPD): Monsieur le Président, j'ai entendu beaucoup de protestations de la part du Parti libéral concernant les dépenses en publicité du gouvernement conservateur. Quoique je suis d'accord avec eux pour dire que les dépenses de 750 millions de dollars effectuées par le gouvernement au cours des dernières années pour faire la promotion de son bilan et de ses programmes sont exagérées, surtout dans un contexte de compressions budgétaires, je tiens quand même à rappeler les faits.

J'ai analysé les montants dépensés en publicité chaque année par les conservateurs au cours des dernières années. Le plus grand montant a été dépensé en 2006, lorsqu'ils ont dépensé 86 millions de dollars. Le plus petit montant, quant à lui, a été dépensé en 2009, lorsqu'ils ont dépensé 36 millions de dollars. En moyenne, les conservateurs dépensent 73 millions de dollars par année en publicité.

Par contre, on constate que les libéraux aiment bien dépenser pour de la publicité aussi. Lorsqu'ils étaient au pouvoir, en 2002, ils ont dépensé 111 millions de dollars en publicité, 70 millions de dollars en 2003, 50 millions de dollars en 2004 et 41 millions de dollars en 2005.

Leurs dépenses ressemblent donc pas mal à celles des conservateurs. Qu'en pense mon collègue?

[Traduction]

M. Kevin Lamoureux: Monsieur le Président, les seules sommes que le député n'a pas mentionnées — et que j'aurais aimé connaître — sont celles que le NPD a dépensées en publicité en Colombie-Britannique lorsqu'il y était au pouvoir, ainsi qu'au Manitoba, où ce parti continue malheureusement de former le gouvernement.

Tout ce que je demande aux néo-démocrates, c'est de reconnaître que la motion dont nous sommes saisis est une bonne idée et qu'elle permettrait d'améliorer les choses. Si le député consultait ses concitoyens, je crois qu'il constaterait qu'une vaste majorité d'entre eux sont favorables à une motion de cette nature parce qu'elle est sensée. Je pense que les contribuables canadiens accueilleraient favorablement la motion, et c'est pourquoi j'ai l'impression que le NPD finira par voter en sa faveur. Cet appui est le bienvenu.

Au lieu de réfléchir au passé et aux gouvernements antérieurs, à la fois provinciaux et fédéraux, nous devons reconnaître que nous parlons ici de publicités. Il existe une meilleure solution pour améliorer la reddition de comptes et la transparence: l'établissement d'un groupe tiers chargé de protéger les intérêts des contribuables.

M. Arnold Chan (Scarborough—Agincourt, Lib.): Monsieur le Président, je voulais ajouter aux observations de mon ami de Winnipeg-Nord. N'est-ce pas finalement une fonction de la transparence? N'est-ce pas une fonction du fait que le gouvernement a peur d'une motion qui propose d'accroître la transparence à l'égard de la publicité gouvernementale?

Travaux des subsides

J'aimerais parler tout particulièrement de l'excellent projet de loi d'initiative parlementaire présenté par le député d'Ottawa-Sud, le projet de loi C-544, et notamment de la proposition voulant nommer un commissaire à la publicité, nouveau poste qui relèverait du vérificateur général. Ce serait un mandataire indépendant du Parlement.

Pourquoi serait-ce une initiative positive dans l'intérêt de la transparence, chose à laquelle le gouvernement semble s'opposer?

M. Kevin Lamoureux: Monsieur le Président, je souhaite bon retour au député. Cela fait très plaisir de le revoir, et je lui suis très reconnaissant de son excellente question.

Nous espérons tout particulièrement que la motion nous amène à reconnaître le problème. Le gouvernement pourrait facilement le reconnaître en prenant connaissance du projet de loi C-544, présenté par mon collègue d'Ottawa-Sud. J'ai entendu de nombreux discours sur ce très important projet de loi. C'est un projet de loi qui accroîtrait la transparence et la responsabilité. C'est écrit noir sur blanc. C'est une mesure concrète. Nous pouvons la mettre en oeuvre.

Je demanderais tout particulièrement aux députés ministériels de nous expliquer pourquoi ils s'opposeraient à l'idée d'une tierce partie investie d'une autorité en la matière. C'est ce qui arrivera tôt ou tard. Le premier ministre a un choix à faire. Il peut soit prendre les devants ou bien être laissé pour compte. Les Canadiens et le chef du Parti libéral réclament un tel mécanisme, et ce n'est qu'une question de temps avant qu'il soit mis en place.

• (1805)

M. Andrew Cash (Davenport, NPD): Monsieur le Président, c'est un honneur pour moi de reprendre la parole à la Chambre au nom des électeurs de Davenport, dans la belle ville de Toronto, pour appuyer la motion présentée par les libéraux.

Pour revenir brièvement sur les observations de l'intervenant précédent, qui semblait ne pas connaître notre position à l'égard de la motion, je tiens à ce qu'il sache que nous appuierons cette motion.

En ce qui concerne nos inquiétudes, je tiens à préciser que ce n'est pas tant la motion qui nous préoccupe, mais le bilan des anciens gouvernements libéraux. Le Parti libéral fédéral ne veut pas que les Canadiens s'attachent sur cette histoire. J'ai entendu le député de Winnipeg-Nord dire que son parti présenterait ces mesures après les prochaines élections, s'il en a l'occasion. Je suppose qu'on pardonnera aux Canadiens d'être sceptiques à l'égard de cette promesse, étant donné que c'est ce même parti qui avait promis d'abolir la TPS s'il était élu et qui, une fois élu, n'a pas tenu sa promesse. C'est également ce parti qui avait dit qu'il abolirait l'accord de libre-échange avec les États-Unis et qui ne l'a pas fait après avoir été élu. Nous sommes impatients de voir quelles promesses ce parti fera à la Chambre, de voir si les Canadiens sont prêts à passer l'éponge sur les agissements des gouvernements précédents. Notre bilan et les mesures que nous avons prises dans le passé sont éloquentes.

Soit dit en passant, il ne fait aucun doute, aux yeux des néo-démocrates, que le gouvernement a employé des deniers publics dans un but partisan. Les annonces que les conservateurs diffusent à la télévision en sont un exemple clair, et leur coût est scandaleux. Cependant, lorsque j'écoute le débat d'aujourd'hui dans cette enceinte, j'ai l'impression qu'on discute avant tout pour déterminer qui, des libéraux ou des conservateurs, a le pire bilan dans le domaine. Ils se renvoient les accusations comme ils l'ont déjà fait dans beaucoup d'autres dossiers, où leur comportement est semblable. Quand ils sont dans l'opposition, ils veulent être plus

catholiques que le pape, mais nous avons pu voir les deux partis se comporter de la même façon.

La question des services de l'État, de l'accès à ces services et de l'information dont les Canadiens ont besoin est importante pour les gens de ma circonscription et pour la population de Toronto, alors je voudrais dire un mot là-dessus. C'est vital. La publicité est, à bien des égards, ce qui permet aux gens d'obtenir de l'information et d'entendre parler des programmes mis en oeuvre par le gouvernement. C'est une excellente façon de servir les Canadiens. Toutefois, nous avons pu voir trop souvent des cas où cette publicité devient une façon de servir le Parti conservateur. C'est inadmissible et il faut que ça cesse. Il nous faut une plus grande transparence et une surveillance beaucoup plus rigoureuse.

Ma circonscription comprend beaucoup d'immigrants, qui veulent souvent faire venir leur famille au Canada. On leur a promis, dans le cadre du système d'immigration canadien, qu'une fois qu'ils auraient leur statut, ils pourraient, eux aussi, faire une demande de réunification pour retrouver leurs parents et leurs grands-parents. Je voudrais raconter une brève anecdote qui illustre bien les occasions où le gouvernement devrait communiquer avec les gens.

Une électrice de ma circonscription est venue à mon bureau avec une demande qu'elle avait envoyée et qui portait un tampon indiquant le 4 janvier comme date de réception. Malheureusement, cette demande, qui visait à faire venir son père au Canada, depuis son pays d'origine, avait été refusée. Aucune explication n'accompagnait le refus. Dans sa publicité, le gouvernement avait dit qu'il accepterait 5 000 demandes de parrainage pour des parents ou des grands-parents et qu'il ne dépasserait pas ce nombre.

• (1810)

Cette résidente de ma circonscription avait eu recours à un service de messagerie pour acheminer sa demande. La demande a été reçue le 1^{er} janvier. La demande a été refusée sans motif et aucune possibilité de recours n'a été fournie. Nous avons donc appelé Citoyenneté et Immigration. Ils n'avaient pas de trace du dossier, même si la dame avait une estampille indiquant que la demande avait été reçue. J'ai choisi de parler de cet exemple parce que cette électrice avait entendu dire qu'il y avait une limite de 5 000 personnes et elle savait qu'elle devait envoyer la demande immédiatement. Le gouvernement ne lui a fourni aucune explication.

Service Canada permet à de nombreux immigrants d'accéder à des services dans plusieurs langues différentes. Il y a quelques années, le bureau de ma circonscription — qui était pourtant très occupé — a fermé ses portes. Cette fermeture a beaucoup inquiété les résidents de ma circonscription, qui avaient l'habitude de s'y rendre et de discuter directement avec les gens qui y travaillaient. J'en parle parce que cela est lié à la communication avec le gouvernement et à l'accès aux services gouvernementaux. En dépensant des millions de dollars pour diffuser de la propagande gouvernementale dans laquelle on tente de convaincre les Canadiens que le gouvernement fait du bon travail, on rate des occasions et on gaspille de l'argent. Cela nous empêche, en fait, de donner aux Canadiens — et aux gens de ma circonscription, c'est certain — l'information dont ils ont besoin pour vivre raisonnablement ici même, dans notre pays. Voilà pourquoi cette mauvaise utilisation des fonds publics m'inquiète.

Le budget

Nous militons pour une protection accrue des stagiaires non rémunérés au pays. Le gouvernement aurait pu consacrer une fraction de cet argent à faire connaître leurs droits aux jeunes, à leur faire savoir que la réglementation fédérale ne confère en fait aucun droit aux stagiaires non rémunérés. Il aurait pu dépenser un peu d'argent pour leur faire savoir que, lorsqu'ils acceptent un stage non rémunéré dans une industrie sous réglementation fédérale, ils ne jouissent d'aucune protection aux termes du Code canadien du travail. Il aurait pu leur faire savoir aux Canadiens, mais il ne l'a pas fait, avec de tristes conséquences: des blessures pour de nombreux jeunes travailleurs et, encore plus tragique, un décès en Alberta. Heureusement, cédant à nos pressions, le gouvernement a fini par inclure dans le budget des mesures destinées à protéger les stagiaires, mais il n'en reste pas moins qu'il aurait pu informer nos concitoyens.

Ce qu'il faut retenir, c'est que l'on a laissé filer de très belles occasions et que le gouvernement a largement mis le Trésor public à contribution à des fins partisans.

[Français]

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Comme il est 18 h 15, il est de mon devoir d'interrompre les délibérations et de mettre aux voix sur-le-champ toute question nécessaire à l'expédition des travaux des subsides.

• (1815)

[Traduction]

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Plaît-il à la Chambre d'adopter la motion?

Des voix: D'accord.

Des voix: Non.

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Que tous ceux qui sont en faveur de la motion veuillent bien dire oui.

Des voix: Oui.

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Que tous ceux qui s'y opposent veuillent bien dire non.

Des voix: Non.

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): À mon avis, les non l'emportent.

Et cinq députés ou plus s'étant levés:

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, je demande que le vote soit reporté au mardi 28 avril, après la période réservée aux initiatives ministérielles.

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Le vote par appel nominal est donc reporté à demain, à la fin de la période réservée aux initiatives ministérielles ou juste avant la période réservée aux initiatives parlementaires.

Je vois que la députée de Newmarket—Aurora souhaite intervenir, peut-être pour invoquer le Règlement.

Mme Lois Brown: Monsieur le Président, je pense que vous constaterez qu'il y a consentement unanime pour déclarer qu'il est 18 h 30.

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): D'accord?

Des voix: D'accord.

LE BUDGET

L'EXPOSÉ FINANCIER DU MINISTRE DES FINANCES

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): Conformément à l'ordre adopté le lundi 20 avril 2015, la Chambre passe maintenant au vote par appel nominal différé sur le sous-amendement à la motion n^o 18, sous la rubrique Voies et moyens.

Convoquez les députés.

• (1840)

(Le sous-amendement, mis aux voix, est rejeté par le vote suivant:)

(Vote n^o 379)

POUR

Députés

| | |
|-------------------------------------|---|
| Adams | Allen (Welland) |
| Atamanenko | Aubin |
| Ayala | Bélangier |
| Bennett | Benskin |
| Bevington | Blanchette |
| Blanchette-Lamothe | Boivin |
| Borg | Boulerice |
| Boutin-Sweet | Brahmi |
| Brisson | Brosseau |
| Byrne | Casey |
| Cash | Chan |
| Charlton | Chicoine |
| Choquette | Christopherson |
| Comartin | Côté |
| Cotler | Crowder |
| Cullen | Cuzner |
| Davies (Vancouver Kingsway) | Day |
| Dewar | Dion |
| Dionne Labelle | Donnelly |
| Doré Lefebvre | Dubé |
| Dubourg | Duncan (Edmonton—Strathcona) |
| Dusseau | Easter |
| Foote | Fortin |
| Freeland | Gameau |
| Garrison | Genest |
| Genest-Jourdain | Giguère |
| Godin | Goodale |
| Gravelle | Grogulé |
| Harris (St. John's East) | Hsu |
| Hughes | Jones |
| Julian | Kellway |
| Lamoureux | Lapointe |
| Latendresse | Laverdière |
| LeBlanc (Beauséjour) | LeBlanc (LaSalle—Émard) |
| Leslie | Liu |
| MacAulay | Mai |
| Marston | Masse |
| Mathysen | May |
| McCallum | McGuinty |
| McKay (Scarborough—Guildwood) | Michaud |
| Moore (Abitibi—Témiscamingue) | Morin (Chicoutimi—Le Fjord) |
| Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine) | Morin (Laurentides—Labelle) |
| Morin (Saint-Hyacinthe—Bagot) | Mourani |
| Murray | Nantel |
| Nicholls | Nunez-Melo |
| Pacetti | Papillon |
| Péclet | Pilon |
| Plamondon | Quach |
| Rafferty | Rankin |
| Rousseau | Saganash |
| Sandhu | Scarpaleggia |
| Scott | Sellah |
| Sgro | Simms (Bonavista—Gander—Grand Falls—Wind- |
| Sor) | |
| Sims (Newton—North Delta) | Sitsabaiesan |
| St-Denis | Stewart |
| Tremblay | Trudeau |
| Valeriot | Vaughan — 114 |

Motion d'ajournement

MOTION D'AJOURNEMENT

CONTRE

Députés

| | |
|---|------------------------------------|
| Ablonczy | Adler |
| Aglukkaq | Albas |
| Albrecht | Allen (Tobique—Mactaquac) |
| Allison | Ambler |
| Ambrose | Anders |
| Anderson | Armstrong |
| Aspin | Barlow |
| Bateman | Benoit |
| Bergen | Bezan |
| Blaney | Block |
| Boughen | Braid |
| Breitkreuz | Brown (Leeds—Grenville) |
| Brown (Newmarket—Aurora) | Bruinooogee |
| Butt | Calandra |
| Calkins | Cannan |
| Carmichael | Carrie |
| Chisu | Chong |
| Clarke | Clement |
| Crockatt | Daniel |
| Davidson | Dechert |
| Devolin | Dreeschen |
| Duncan (Vancouver Island North) | Dykstra |
| Egliniski | Falk |
| Fantino | Fast |
| Findlay (Delta—Richmond East) | Fletcher |
| Galipeau | Gallant |
| Gill | Glover |
| Goguen | Goldring |
| Goodyear | Gourde |
| Grewal | Harper |
| Hawn | Hayes |
| Hillyer | Hoback |
| Holder | James |
| Kamp (Pitt Meadows—Maple Ridge—Mission) | Keddy (South Shore—St. Margaret's) |
| Kenney (Calgary Southeast) | Kent |
| Kerr | Komarnicki |
| Kramp (Prince Edward—Hastings) | Lake |
| Lauzon | Lebel |
| Leef | Leitch |
| Lemieux | Leung |
| Lizon | Lobb |
| Lukiwski | Lunney |
| MacKay (Central Nova) | MacKenzie |
| Maguire | Mayes |
| McColeman | McLeod |
| Menegakis | Miller |
| Moore (Port Moody—Westwood—Port Coquitlam) | |
| Moore (Fundy Royal) | |
| Nicholson | Norlock |
| O'Neill Gordon | Opitz |
| O'Toole | Paradis |
| Payne | Perkins |
| Poillievre | Preston |
| Rajotte | Rathgeber |
| Reid | Rempel |
| Richards | Rickford |
| Saxton | Schellenberger |
| Seeback | Shea |
| Shiple | Shory |
| Smith | Sopuck |
| Sorenson | Stanton |
| Strahl | Sweet |
| Tilson | Toet |
| Trost | Trottier |
| Truppe | Uppal |
| Valcourt | Van Kesteren |
| Van Loan | Vellacott |
| Wallace | Warawa |
| Warkentin | Watson |
| Weston (West Vancouver—Sunshine Coast—Sea to Sky Country) | |
| Weston (Saint John) | |
| Wilks | Williamson |
| Wong | Woodworth |
| Yelich | Young (Oakville) |
| Young (Vancouver South) | Yurdiga |
| Zimmer— 147 | |

PAIRÉS

Aucun

Le Président: Je déclare le sous-amendement rejeté.

L'ajournement de la Chambre est proposé d'office conformément à l'article 38 du Règlement.

● (1845)

[Traduction]

LE LOGEMENT

M. Adam Vaughan (Trinity—Spadina, Lib.): Monsieur le Président, ce soir, j'aimerais parler du logement. J'ai posé plusieurs questions à ce sujet, et j'ai obtenu à maintes reprises la même réponse de la part du ministre, et cela m'inquiète.

Nous savons que les ententes sur le logement, qui ont été conclues par le Parti libéral, ont été renouvelées, et que, dans certains cas, notamment en Ontario, les ententes renouvelées représentent un financement d'environ 801 millions de dollars. J'ai fait des calculs lorsque j'étais conseiller municipal, et c'est certainement ce que j'ai fait depuis mon arrivée au Parlement. Lorsqu'on fait ces calculs, on se rend compte que, pour une ville comme Toronto, l'entente représente environ 60 nouveaux logements par année pour les cinq prochaines années.

Compte tenu qu'il n'y a pas d'argent pour maintenir les logements en bon état ni pour construire des logements, et que, au chapitre des réparations, la ville accuse maintenant un arriéré de près de 1 milliard de dollars, une facture qui a été refilée à la ville par un gouvernement provincial conservateur, la ville de Toronto perd plus de logements à cause de la détérioration qu'elle n'en gagne aux termes des nouvelles ententes sur le logement.

La question que je pose au gouvernement est très simple. Nous savons que le logement règle des problèmes. Nous savons que le logement s'autofinance, car il s'agit d'un investissement social. Nous savons que le logement joue un rôle clé, car il permet de créer des villes fortes, des quartiers forts, mais surtout, des familles fortes. Nous sommes en ce moment confrontés à une crise sans précédent à Toronto. En effet, 92 000 familles, soit près de 200 000 personnes, attendent un logement subventionné. Chaque année, près de 5 000 personnes se retrouvent à vivre dans les refuges de la ville, et la moitié d'entre elles sont des enfants. C'est une situation désastreuse à laquelle sont confrontés les gens de Toronto et, malheureusement, il en va de même ailleurs au pays, dans toutes les villes, qu'elles soient grandes, moyennes ou petites. Pourquoi le gouvernement se contente-t-il du statu quo, alors cette situation met littéralement des vies en danger?

Pourquoi le gouvernement n'a-t-il pas prévu dans ce budget de nouvelles sommes pour la construction de logements? Aucun logement ne sera donc construit au pays, que ce soit dans les villes, sur les territoires autochtones ou ancestraux ou encore dans les agglomérations. Pourquoi le gouvernement ne consacre-t-il pas un seul sou à la construction de nouveaux logements? Pourquoi juge-t-il que le statu quo est acceptable, alors que des gens font les frais de cette situation?

Motion d'ajournement

M. Scott Armstrong (secrétaire parlementaire du ministre de l'Emploi et du Développement social et de la ministre du Travail, PCC): Monsieur le Président, je sais que le député de Trinity—Spadina préfère passer ce fait sous silence, mais le Plan d'action économique de 2015 affecte 150 millions de dollars au soutien du logement social au Canada en permettant aux fournisseurs de logements sociaux et aux coopératives d'habitation d'effectuer un remboursement anticipé des hypothèques à long terme non renouvelables, et ce, sans subir de pénalité. Cette initiative permettra aux coopératives d'habitation et aux fournisseurs de logements sociaux à but non lucratif admissibles de réduire considérablement leurs dépenses hypothécaires. Grâce à la réduction des dépenses hypothécaires, ils pourront entreprendre des réparations et des rénovations en vue d'améliorer l'état et la qualité des logements.

Voici ce que le directeur général de la Fédération de l'habitation coopérative, Nicholas Gazzard, a déclaré au sujet de cet investissement important:

C'est une excellente nouvelle. L'élimination des pénalités pour le paiement anticipé fera une véritable différence pour les coopératives d'habitation et pour les ménages à faible revenu qui habitent dans ces coopératives partout au pays.

Cette nouvelle somme s'ajoute aux investissements fédéraux qui soutiennent déjà près de 600 000 ménages vivant dans des logements sociaux dans les réserves et à l'extérieur des réserves. Elle s'ajoute aux investissements fédéraux qui soutiennent chaque année la construction d'environ 400 nouvelles maisons dans les communautés des Premières Nations et la rénovation de 1 000 maisons dans les réserves. Le nouvel investissement consacré au logement abordable est un modèle à suivre en termes de partenariat et de collaboration.

Au financement fédéral s'ajoute celui des provinces et les territoires, qui doivent créer et mettre en oeuvre, dans leurs propres champs de compétence, des programmes visant à répondre aux besoins locaux en matière de logement. La construction de nouveaux logements est l'une des possibilités, mais ce n'est pas la seule façon de réduire le nombre de Canadiens ayant besoin de se loger.

Les provinces et les territoires peuvent aussi investir dans des projets de rénovation. Ils peuvent par exemple accorder des suppléments au loyer, des allocations au logement et de l'aide à la propriété. Le gouvernement conservateur a souvent investi dans la construction de nouveaux logements en prenant d'autres mesures. Le Plan d'action économique de 2013 a aussi consacré près de 600 millions de dollars au logement en prolongeant de plus de cinq ans la Stratégie des partenariats de lutte contre l'itinérance.

La nouvelle approche Logement d'abord, qui se fonde sur des données probantes, vise à stabiliser à long terme la vie des sans-abri en les installant dans un logement permanent et en leur donnant le soutien supplémentaire dont ils ont parfois besoin.

Je rappelle aux députés que nous avons affecté des sommes considérables à la construction de nouveaux logements dans le cadre des mesures de relance du Plan d'action économique du Canada. Nous avons notamment consacré 400 millions de dollars à la construction de nouveaux logements abordables pour les personnes âgées à faible revenu, 75 millions de dollars à la construction de nouveaux logements pour les personnes handicapées et un total de 600 millions de dollars à la construction et à la rénovation de logements dans le Nord et dans les réserves du Canada. Nous avons aussi investi 1 milliard de dollars dans la rénovation et la modernisation de logements sociaux en dehors des réserves.

Nous continuerons de respecter les engagements à long terme que nous avons pris en vertu des ententes actuelles, et de fournir, en

collaboration avec les provinces et les territoires, des logements sociaux efficaces aux gens des quatre coins du Canada.

● (1850)

M. Adam Vaughan: C'est exactement ça le problème, monsieur le Président. Le secrétaire parlementaire vient tout juste de décrire le programme qui est déjà en vigueur. C'est le statu quo. Il dit que 1 400 habitations seront construites ou rénovées cette année dans les réserves; or, si on fait le calcul, ça représente 2 habitations par réserve. Ce serait ridicule si ce n'était pas aussi tragique, car je rappelle qu'il y a des gens qui souffrent de tous ces manquements.

Voici la question à laquelle j'aimerais obtenir une réponse courte: quand ces coopératives et ces fournisseurs de logements abordables vont renouveler leur emprunt hypothécaire, les ententes de financement vont-elles prendre fin en même temps ou vont-elles demeurer en vigueur?

M. Scott Armstrong: Monsieur le Président, le gouvernement est fier de son bilan en matière de logement, et il est fier de ses investissements records dans ce domaine.

Nous avons réalisé des investissements judicieux et ciblés qui ont permis d'aider des centaines de milliers de familles et de particuliers à obtenir un logement correspondant à leurs besoins. Nous avons aussi délaissé les anciens programmes fédéraux au profit de modèles privilégiant les solutions locales, car nous savons que les provinces et les territoires sont les mieux placés pour comprendre les besoins de chaque localité.

Il ne suffit pas de fournir un toit aux gens. Les Canadiens qui ont un logement ont plus de facilité à faire des études, à parfaire leurs compétences, à chercher un emploi et à contribuer de manière productive à la société.

Voilà les objectifs que poursuivent nos politiques. Nous voulons que les Canadiens se prennent en main afin qu'ils puissent subvenir aux besoins de leur famille et contribuer à la société canadienne dans son ensemble. Mais pour faire tout ça, ils doivent d'abord avoir un chez-soi bien à eux. Les députés peuvent être certains d'une chose: le gouvernement va continuer d'investir judicieusement dans le logement, comme le montre le Plan d'action économique de 2015. Nous allons continuer de faire notre part pour que les Canadiens réalisent leur plein potentiel.

[Français]

LES LANGUES OFFICIELLES

Mme Anne-Marie Day (Charlesbourg—Haute-Saint-Charles, NPD): Monsieur le Président, le 11 mars dernier, j'ai posé une question à la Chambre au sujet du non-respect de la Loi sur les langues officielles par la compagnie Air Canada. Il y a eu hésitation entre les ministres pour savoir qui allait répondre à la question. Finalement, la ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles a pris la parole pour me dire qu'elle n'était pas la personne apte à répondre à ma question.

La ministre du Patrimoine canadien et des Langues officielles aurait dû être capable de répondre à ma question sur les langues officielles et non pas refiler le dossier à d'autres. Pourtant, ma question était fort simple, et elle lui était directement adressée. Je lui demandais si elle trouvait acceptable qu'Air Canada développe des outils de travail unilingues anglais, bafouant le droit des travailleurs d'utiliser la langue officielle de leur choix. Dans sa réponse, elle n'a même pas évoqué le nom de la compagnie aérienne. J'ai été très déçue de la façon dont elle m'a répondu. La ministre a simplement débâté son laïus habituel, disant qu'elle était fière du bilan de son gouvernement en matière de langues officielles. Les Canadiens et mes citoyens de Charlesbourg—Haute-Saint-Charles s'attendent à plus que des phrases vides de la part de leur ministre. Ils s'attendent à des réponses.

Le gouvernement sait pertinemment qu'Air Canada est une compagnie récidiviste. Depuis 1995, Air Canada figure au palmarès des institutions les plus délinquantes. Année après année, le commissaire aux langues officielles tape sur les doigts d'Air Canada. Cela passe par la réception de nombreuses plaintes au Commissariat des langues officielles, le non-respect par la compagnie des recommandations du Commissariat et le plan d'action tout simplement ignoré.

Dois-je rappeler à la ministre que la Loi sur les langues officielles n'est pas seulement la capacité de dire « Bonjour, hello » aux clients? La Loi sur la participation publique au capital d'Air Canada, en vigueur depuis plus de 25 ans déjà, oblige Air Canada à respecter ses obligations envers la Loi sur les langues officielles. Le gouvernement se dit dur concernant le crime, mais rien n'est fait pour inciter notre plus grande compagnie aérienne à respecter la loi. C'est grave.

Je profite également de ce débat pour exposer le fait que depuis que je suis porte-parole de l'opposition officielle en matière de francophonie, je rencontre de nombreux groupes qui travaillent sur le terrain. Ce que j'entends, ce sont des cris du coeur et des sonneries d'alarme. La mauvaise posture du français dans les communautés linguistiques en situation minoritaire est plus qu'alarmante. Le poids relatif des francophones ne cesse de diminuer au Canada depuis plus de 30 ans. Nous savons déjà que le gouvernement n'atteindra pas les cibles qu'il s'était fixées, et ce, malgré sa feuille de route et les investissements qui y sont associés. La ministre devrait coordonner la mise-en-oeuvre des engagements en matière linguistique à toutes les institutions fédérales.

Selon la Loi sur les langues officielles, la ministre a l'obligation de susciter et encourager la coordination de la mise en oeuvre par les institutions fédérales, de favoriser l'épanouissement des minorités francophones et anglophones au Canada et de promouvoir la pleine reconnaissance de l'usage du français et de l'anglais dans les sociétés canadiennes.

C'est à se demander si la ministre a assez de leadership pour faire respecter cette loi. Pour ma part, j'en doute fort. Comme mentionné précédemment, nous laissons le soin de la protection de notre langue, le français, à un gouvernement pour lequel la protection des deux langues officielles n'est pas du tout une priorité.

Prenons par exemple le plus récent budget déposé la semaine dernière. Il n'y a aucune mention de la francophonie ni des langues officielles alors que l'égalité de statut et d'usage du français et de l'anglais est confirmée par la Constitution canadienne. Le gouvernement conservateur a même passé le couperet dans le financement de nombreux groupes communautaires. Conséquemment, la capacité des francophones en situation minoritaire à vivre en français s'érode constamment.

Motion d'ajournement

• (1855)

[Traduction]

M. Scott Armstrong (secrétaire parlementaire du ministre de l'Emploi et du Développement social et de la ministre du Travail, PCC): Monsieur le Président, le gouvernement est déterminé à protéger et à promouvoir les langues officielles du Canada. Le français et l'anglais font partie intégrante de la culture canadienne, et la protection de la richesse culturelle que nous tirons de notre bilinguisme est une priorité absolue. Les passagers et les employés d'Air Canada n'y échappent évidemment pas.

Depuis sa privatisation, en 1989, Air Canada a conservé les obligations en matière de langues officielles qu'elle avait à titre de société d'État, conformément à la Loi sur la participation publique au capital d'Air Canada. Cette loi exige non seulement que le transporteur fournisse des communications et des services au public dans les deux langues officielles, mais aussi qu'il maintienne un milieu de travail bilingue. En outre, la société est assujettie aux dispositions qui garantissent des chances égales d'emploi et d'avancement afin de veiller à ce que les effectifs reflètent le plus possible la composition linguistique de la population canadienne.

Enfin, Air Canada doit déployer des efforts pour soutenir l'expansion des communautés de langue officielle en situation minoritaire et y contribuer, ainsi que pour promouvoir le bilinguisme.

Le commissaire aux langues officielles joue un rôle essentiel en matière d'appui au bilinguisme, y compris quand il s'agit d'Air Canada. Si un employé de la compagnie aérienne considère qu'on l'empêche de travailler dans la langue de son choix, il peut recourir à certains mécanismes permettant la tenue d'une enquête. Bref, les employés et les passagers d'Air Canada peuvent faire part de leurs préoccupations au bureau du commissaire aux langues officielles, dont le mandat consiste précisément à étudier ce genre de plaintes. Bien sûr, les employés d'Air Canada peuvent aussi choisir de s'adresser à leur employeur pour trouver une solution.

Le commissaire a le pouvoir de faire enquête sur les plaintes formulées contre le transporteur. Par ailleurs, le plaignant peut aussi présenter sa cause à un tribunal.

La députée fait référence à un incident en particulier concernant l'utilisation d'une pièce d'équipement bien précise. Il m'est impossible de formuler un commentaire sur ce dossier; je souligne toutefois que les mécanismes en place ont été créés précisément pour régler ce genre de problème.

Je le répète, toutes les plaintes en matière de langues officielles peuvent être entendues par le commissaire aux langues officielles. Il existe un mécanisme pour faire enquête sur ces plaintes. Le gouvernement demeure fermement résolu à défendre le bilinguisme au Canada et à en faire la promotion.

• (1900)

[Français]

Mme Anne-Marie Day: Monsieur le Président, il devrait y avoir des peines minimales pour contraindre Air Canada à respecter les lois.

Motion d'ajournement

C'est un peu en tant que gardienne de la langue française au Canada que je m'adresse à la Chambre. Je ne pourrais taire les compressions à Radio-Canada, qui causeront la suppression de 100 autres postes aux services français de Radio-Canada. Je ne pourrais taire le fait que le budget voté par le Parlement en matière de développement des compétences en français ne s'est pas dépensé, alors que les communautés en ont tellement besoin. Je ne pourrais taire non plus les retards de nombreux programmes de la Feuille de route pour les langues officielles du Canada 2013-2018.

La ministre peut-elle nous dire si elle a l'intention de cesser de bafouer la Loi sur les langues officielles, de consulter et de financer adéquatement les organismes communautaires en situation minoritaire, et si elle peut agir adéquatement afin d'assurer le maintien du statut égalitaire des deux langues officielles dans ce pays?

En terminant, la ministre va-t-elle contraindre Air Canada à respecter la Loi sur les langues officielles, afin que notre compagnie aérienne utilise le français comme il se doit?

[Traduction]

M. Scott Armstrong: Monsieur le Président, j'aimerais réaffirmer à la Chambre la volonté du gouvernement de protéger et de promouvoir le bilinguisme au Canada.

En vertu de la Loi sur la participation publique au capital d'Air Canada, Air Canada a l'obligation de servir les clients dans la langue officielle de leur choix. Nous nous attendons à ce qu'elle se conforme à cette loi. La loi prévoit un mécanisme qui permet à toute personne qui le souhaite de porter plainte devant le commissaire aux langues officielles. Le commissaire mènera une enquête et prendra les mesures appropriées pour donner suite à toutes les plaintes.

Le gouvernement continue de fournir un soutien sans précédent et incontestable aux langues officielles du Canada. Nous nous attendons à ce qu'Air Canada continue à prendre les mesures nécessaires pour offrir les services bilingues requis et qu'elle maintienne sa capacité de respecter ses obligations envers ses passagers et ses employés, aux termes de la Loi sur les langues officielles.

LA SÉCURITÉ PUBLIQUE

L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.): Monsieur le Président, le 8 décembre, j'ai demandé au ministre de la Sécurité publique et de la Protection civile d'expliquer à la Chambre pourquoi des individus soupçonnés de collaborer avec l'EIIL en Syrie et en Irak, et qui étaient connus des autorités canadiennes, n'avaient pas été détenus. Le 8 octobre, le ministre a informé le comité de la sécurité publique que le gouvernement était au courant du retour au Canada d'approximativement 80 individus qui avaient enfreint la loi canadienne. Pourquoi ces personnes n'ont-elles pas été arrêtées si elles ont enfreint la loi canadienne? Le ministre n'a pas encore expliqué pourquoi ces individus n'ont pas été détenus.

Après les attaques survenues en octobre au Québec et à Ottawa, avant l'adoption de toute nouvelle loi antiterroriste, les autorités ont mis en détention et arrêté un certain nombre de personnes. Comme je l'ai dit, la nouvelle loi antiterroriste n'avait pas été mise en oeuvre à cette époque, ce qui montre que les lois existantes auraient pu et dû être utilisées, et qu'elles l'ont finalement été.

Nous avons besoin d'un gouvernement qui sait quand il peut se servir des lois en place pour faire quelque chose et quand il faut faire appel à de nouvelles mesures législatives. Il incombe à tout gouvernement de protéger ses citoyens.

On craint que, dans le but de compenser son intervention tardive en réponse à la menace croissance du terrorisme et son incapacité de

collaborer avec les collectivités à l'élaboration de programmes efficaces de déradicalisation, le gouvernement soit maintenant prêt à prendre des mesures qui seront inévitablement jugées inconstitutionnelles. Le pouvoir d'accorder un mandat autorisant le SCRS à violer les droits des Canadiens en réponse à une menace terroriste ne devrait pas rassurer les Canadiens. Le non-usage des dispositions législatives en vigueur ne justifie pas l'adoption de nouvelles dispositions susceptibles d'être jugées illégales.

Ce que j'ai réclamé en décembre dernier, et ce que le Parti libéral réclame depuis lors, et qu'il réclamait même avant les incidents d'octobre dernier, c'est un gouvernement capable de démontrer que la sécurité des Canadiens est primordiale et que les mesures prises pour accroître cette sécurité sont conformes à leurs valeurs fondamentales.

Je pose donc la question suivante au gouvernement: si les services de police sont capables de procéder à des arrestations qui se soldent en condamnations, pourquoi a-t-il présenté de nouvelles dispositions qui seront vraisemblablement invalidées par les tribunaux? Si cela devait arriver, ces dispositions mal conçues qui contreviennent à la Charte amèneraient les tribunaux à invalider les arrestations. Le gouvernement n'a pas fait preuve de circonspection dans l'élaboration du projet de loi et risque même de compromettre la capacité de détenir ces individus en ayant négligé de veiller au respect de la Charte.

Ma première question tient toujours: pourquoi le gouvernement ne s'est-il pas prévalu des dispositions en vigueur pour arrêter et détenir des terroristes potentiels?

• (1905)

M. Scott Armstrong (secrétaire parlementaire du ministre de l'Emploi et du Développement social et de la ministre du Travail, PCC): Monsieur le Président, ce n'est pas le gouvernement qui arrête les gens. En fait, ce sont les forces de sécurité et la Gendarmerie royale du Canada qui ont le pouvoir d'arrêter des gens et d'appliquer les lois.

Le gouvernement conservateur est très inquiet de la menace posée par les personnes qui se livrent à des activités terroristes à l'étranger. Nous sommes inquiets parce que le mouvement djihadiste international a déclaré la guerre au Canada et à d'autres pays aux vues similaires. Bien que les événements récents aient mis en relief les menaces liées au terrorisme et à la radicalisation menant à la violence, cela fait déjà un bon moment que le gouvernement travaille à l'élaboration de mesures pour lutter contre la menace que posent les terroristes djihadistes.

Malheureusement, les partis d'opposition refusent d'appuyer quoi que ce soit qui se rapporte à la protection des Canadiens. Le nombre de voyageurs suspects est pourtant très inquiétant, tout comme le fait qu'environ 80 de ces voyageurs sont revenus au Canada, selon le « Rapport public de 2014 sur la menace terroriste pour le Canada ».

Je tiens à souligner que nous prenons très au sérieux toutes les menaces à la sécurité du Canada et des Canadiens. C'est pour cette raison que nous allons de l'avant avec le projet de loi C-51, qui contient des dispositions cruciales visant à protéger notre sécurité nationale.

Motion d'ajournement

Même si je ne peux pas faire de commentaires au sujet des enquêtes en cours, je peux garantir au député de Malpeque que nos organismes nationaux de sécurité et d'application de la loi travaillent avec diligence afin de faire enquête sur les voyageurs soupçonnés de présenter un risque élevé et de soumettre à toute la rigueur de la loi canadienne les personnes qui voudraient s'attaquer à nous. La GRC mène activement des enquêtes sur de nombreux voyageurs à haut risque, et elle accorde la priorité à ceux qui représentent la menace la plus importante pour les Canadiens et les intérêts du Canada, que ce soit ici ou à l'étranger.

Même si le député croit que les politiciens devraient s'ingérer dans le travail accompli par nos organismes de sécurité nationale, nous avons confiance en leur travail, et nous sommes déterminés à leur offrir les outils dont ils ont besoin pour accomplir leurs tâches. En plus de prendre des mesures visant à détecter et à prévenir les activités terroristes, le gouvernement s'efforce de collaborer avec les collectivités pour éviter dès le départ que des personnes se radicalisent et deviennent violentes.

L'intervention rapide auprès des personnes à risque est la clé de l'approche préventive. Ces efforts sont les plus efficaces lorsqu'ils sont déployés conjointement avec d'autres ordres de gouvernement — dans le cadre d'une initiative partagée entre les gouvernements, la police, les collectivités et tous les intervenants —, qu'ils ciblent les jeunes gens et qu'ils visent à freiner les activités extrémistes violentes. C'est l'approche que nous adoptons, dans le cadre de la stratégie antiterroriste du gouvernement, en collaborant avec les collectivités et en les appuyant, surtout les jeunes gens, pour développer la pensée critique et diffuser des messages visant à contrer l'idéologie diffusée dans nombre de vidéos barbares de l'EIIL mettant notamment en scène des décapitations violentes.

Le soutien et la participation de tous les ordres de gouvernement, de la société civile et, surtout, des collectivités locales, des Canadiens, des familles et des groupes communautaires — qui sont le fondement d'un pays sécuritaire et résilient — sont nécessaires pour réussir. Tout le monde doit jouer son rôle pour assurer la sécurité de nos collectivités.

Le terrorisme est un crime grave, puni par des peines sévères, qui doit faire l'objet d'une enquête approfondie. Ces enquêtes sont toutefois très exigeantes et longues et mobilisent beaucoup de ressources. Malgré ces difficultés, la GRC a remporté d'importants succès. Nous devons toutefois nous assurer que nos lois et les outils que nous mettons à la disposition de nos organismes de sécurité nationale évoluent au même rythme que la menace terroriste. C'est ce que ferait la Loi antiterroriste de 2015.

Nous sommes déterminés à tout faire en notre pouvoir pour éviter que les Canadiens deviennent des victimes ou des auteurs d'actes terroristes. Aux termes de la Loi sur la lutte contre le terrorisme, qui est entrée en vigueur en mai 2013, le fait de quitter ou de tenter de quitter le Canada pour participer à des activités terroristes constitue

une infraction criminelle. Cette loi confère à nos organismes de sécurité nationale le pouvoir d'enquêter sur les déplacements à des fins terroristes, et de mener une enquête à ce sujet, et d'arrêter les voyageurs extrémistes potentiels avant qu'ils ne quittent le Canada.

● (1910)

L'hon. Wayne Easter: C'est le noeud du problème, monsieur le Président. Le secrétaire parlementaire a en effet mentionné que la Loi sur la lutte contre le terrorisme, qui est entrée en vigueur en mai 2013, confère certains pouvoirs aux autorités à l'égard du terrorisme. L'article 10 de la loi, — en fait, certains articles qu'il modifie — confère aux policiers un pouvoir d'arrestation et de détention. Or, le gouvernement n'a pas fait le nécessaire pour obliger les autorités policières de compétence fédérale à bel et bien appliquer ce pouvoir.

Le gouvernement a effectivement le devoir d'élaborer des lois, mais le problème, en ce qui concerne le gouvernement conservateur, vient en partie de ce qu'il ne se donne pas la peine de bien réfléchir. La Cour suprême a d'ailleurs invalidé plusieurs lois. À défaut de s'assurer que le projet de loi C-51 respecte la Charte, ce que le gouvernement aurait dû faire à l'avance, la même situation pourrait se reproduire. C'est préoccupant.

Nous convenons qu'il faut lutter contre les terroristes, mais le gouvernement doit s'acquitter de ses responsabilités en confirmant que les lois soient conformes à la Charte.

M. Scott Armstrong: Monsieur le Président, le projet de loi accorde à nos organismes de sécurité nationale les pouvoirs dont ils ont besoin pour faire enquête et engager des poursuites lorsqu'une personne prévoit voyager à des fins terroristes et pour arrêter les voyageurs qui pourraient être des extrémistes avant qu'ils quittent le pays.

De plus, j'encourage les libéraux à relire la partie 2 du projet de loi antiterroriste de 2015, qui prévoit élargir le mandat du Programme de protection des passagers. À l'heure actuelle, seules les personnes qui représentent une menace immédiate pour l'avion seraient interdites de vol. Le projet de loi C-51 étendrait cette interdiction aux personnes qui prennent l'avion pour se rendre à l'étranger dans le but de commettre des attaques terroristes.

Malheureusement, au comité, le député a été incapable de voter en faveur de la partie 2 du projet de loi C-51. Je l'encourage à relire la partie en question et à appuyer sans réserve ce projet de loi important qui vise à combattre la menace que représentent actuellement les terroristes djihadistes pour les Canadiens.

[Français]

Le président suppléant (M. Bruce Stanton): La motion portant que la Chambre s'ajourne est maintenant réputée adoptée. La Chambre demeure donc ajournée jusqu'à demain, à 10 heures, conformément au paragraphe 24(1) du Règlement.

(La séance est levée à 19 h 12.)

TABLE DES MATIÈRES

Le lundi 27 avril 2015

| | | |
|--|-------|--|
| INITIATIVES PARLEMENTAIRES | | |
| LA LOI SUR L'HYMNE NATIONAL | | |
| Projet de loi C-624, Deuxième lecture..... | 13025 | |
| Mme Duncan (Edmonton—Strathcona)..... | 13025 | |
| Mme Bennett..... | 13026 | |
| M. Dykstra..... | 13027 | |
| M. Bélanger..... | 13028 | |
| Report du vote sur la motion..... | 13029 | |
| Suspension de la séance | | |
| Suspension de la séance à 11 h 34..... | 13029 | |
| Reprise de la séance | | |
| Reprise de la séance à 11 h 59..... | 13029 | |
| INITIATIVES MINISTÉRIELLES | | |
| Travaux des subsides | | |
| Motion de l'opposition — Les publicités gouvernementales | | |
| M. McGuinty..... | 13029 | |
| Motion..... | 13029 | |
| Mme Brown (Newmarket—Aurora)..... | 13032 | |
| M. Ravignat..... | 13032 | |
| Mme May..... | 13032 | |
| M. Valeriote..... | 13033 | |
| M. Hawn..... | 13033 | |
| Mme Duncan (Edmonton—Strathcona)..... | 13036 | |
| M. Lamoureux..... | 13036 | |
| Mme Ayala..... | 13036 | |
| M. Simms..... | 13037 | |
| Mme Day..... | 13037 | |
| M. Ravignat..... | 13037 | |
| M. Lamoureux..... | 13038 | |
| Mme Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine)..... | 13039 | |
| Mme Sims..... | 13039 | |
| M. Hsu..... | 13040 | |
| Mme May..... | 13040 | |
| M. McCallum..... | 13041 | |
| Mme Day..... | 13042 | |
| M. Cuzner..... | 13042 | |
| Mme Jones..... | 13042 | |
| M. Lamoureux..... | 13044 | |
| Mme Day..... | 13044 | |
| M. Eglinski..... | 13044 | |
| DÉCLARATIONS DE DÉPUTÉS | | |
| La campagne Mon expérience, sa réussite — Accompagnez-la vers le succès | | |
| Mme Ambler..... | 13045 | |
| Les jeunes et la politique | | |
| Mme Blanchette-Lamothe..... | 13045 | |
| Prince Edward—Hastings | | |
| M. Kramp..... | 13045 | |
| Jonathan Crombie | | |
| M. Vaughan..... | 13046 | |
| Dîner Sportsman de 2015 au profit des Bruins d'Estevan | | |
| M. Komarnicki..... | 13046 | |
| Éloïse Charet et Anna Charet | | |
| Mme Ayala..... | 13046 | |
| La prestation universelle pour la garde d'enfants | | |
| M. Hawn..... | 13046 | |
| L'Arménie | | |
| M. Albrecht..... | 13047 | |
| Le budget | | |
| Mme Charlton..... | 13047 | |
| Les cérémonies commémoratives de la libération des Pays-Bas | | |
| M. Schellenberger..... | 13047 | |
| La protection de l'environnement dans LaSalle—Émard | | |
| Mme LeBlanc (LaSalle—Émard)..... | 13047 | |
| La sécurité publique | | |
| M. Warawa..... | 13047 | |
| Le tremblement de terre au Népal | | |
| Mme Murray..... | 13048 | |
| L'honorable Pierre Claude Nolin | | |
| M. Gourde..... | 13048 | |
| Les publicités gouvernementales | | |
| M. Boulerice..... | 13048 | |
| Le budget | | |
| Mme James..... | 13048 | |
| QUESTIONS ORALES | | |
| Le Népal | | |
| Mme Laverdière..... | 13048 | |
| M. Paradis..... | 13049 | |
| Mme Leslie..... | 13049 | |
| M. Paradis..... | 13049 | |
| Le budget | | |
| Mme Leslie..... | 13049 | |
| M. Poilievre..... | 13049 | |
| La fiscalité | | |
| M. Cullen..... | 13049 | |
| M. Poilievre..... | 13049 | |
| M. Cullen..... | 13049 | |
| M. Poilievre..... | 13049 | |
| Les publicités gouvernementales | | |
| M. McGuinty..... | 13050 | |
| M. Poilievre..... | 13050 | |
| M. McGuinty..... | 13050 | |
| M. Poilievre..... | 13050 | |
| Le budget | | |
| M. McGuinty..... | 13050 | |
| M. Sorenson..... | 13050 | |
| L'éthique | | |
| M. Rankin..... | 13050 | |

| | | | |
|--|-------|--|-------|
| M. Calandra | 13050 | La fiscalité | |
| Mme Péclet | 13051 | M. Woodworth | 13056 |
| M. Calandra | 13051 | Mme Bergen | 13056 |
| Le budget | | M. Easter | 13056 |
| Mme Nash | 13051 | M. Blaney | 13056 |
| M. Poilievre | 13051 | Les anciens combattants | |
| Mme Nash | 13051 | Mme Mathysen | 13056 |
| M. Poilievre | 13051 | M. Kenney | 13056 |
| Mme Nash | 13051 | La santé | |
| M. Sorenson | 13051 | M. Weston (West Vancouver—Sunshine Coast—Sea to Sky Country) | 13056 |
| Mme Quach | 13051 | Mme Leitch | 13057 |
| M. Fast | 13051 | L'assurance-emploi | |
| Le développement social | | M. Plamondon | 13057 |
| Mme Groguhé | 13052 | M. Poilievre | 13057 |
| M. Poilievre | 13052 | Les ressources naturelles | |
| Mme Sims | 13052 | M. Fortin | 13057 |
| M. Poilievre | 13052 | M. Rickford | 13057 |
| Mme Sims | 13052 | La fiscalité | |
| M. Poilievre | 13052 | M. Rathgeber | 13057 |
| Le budget | | M. Sorenson | 13057 |
| Mme Freeland | 13052 | L'industrie | |
| M. Poilievre | 13052 | M. Rathgeber | 13057 |
| Mme Freeland | 13052 | M. Moore (Port Moody—Westwood—Port Coquitlam) .. | 13058 |
| M. Poilievre | 13052 | Présence à la tribune | |
| M. Vaughan | 13053 | Le Président | 13058 |
| M. Lebel | 13053 | Le Bureau de régie interne | |
| Les affaires autochtones | | Le Président | 13058 |
| M. Genest-Jourdain | 13053 | AFFAIRES COURANTES | |
| M. Valcourt | 13053 | Réponse du gouvernement à des pétitions | |
| Mme Hughes | 13053 | M. Trottier | 13058 |
| Mme McLeod | 13053 | La Loi canadienne sur les droits de la personne | |
| M. Saganash | 13053 | M. Cotler | 13058 |
| M. Valcourt | 13053 | Projet de loi C-671. Présentation et première lecture | 13058 |
| M. Saganash | 13053 | Adoption des motions; première lecture et impression du projet de loi | 13058 |
| M. Valcourt | 13053 | L'Ukraine | |
| Le Népal | | M. Van Loan | 13058 |
| M. Williamson | 13054 | Motion | 13058 |
| M. Nicholson | 13054 | Adoption de la motion | 13058 |
| La sécurité publique | | Pétitions | |
| M. Garrison | 13054 | La conduite avec facultés affaiblies | |
| M. Blaney | 13054 | M. Shipley | 13058 |
| Mme Doré Lefebvre | 13054 | La sélection en fonction du sexe | |
| M. Blaney | 13054 | M. Shipley | 13059 |
| L'environnement | | Le poste frontalier de Stewart-Hyder | |
| Mme Laverdière | 13054 | M. Cullen | 13059 |
| Mme Aglukkaq | 13054 | Les organismes génétiquement modifiés | |
| M. Bevington | 13055 | M. Valeriote | 13059 |
| Mme Aglukkaq | 13055 | L'agriculture | |
| M. Dubourg | 13055 | M. Albrecht | 13059 |
| Mme Aglukkaq | 13055 | Postes Canada | |
| M. McKay | 13055 | Mme LeBlanc (LaSalle—Énard) | 13059 |
| Mme Aglukkaq | 13055 | Le Komagata Maru | |
| Les publicités gouvernementales | | M. Lamoureux | 13059 |
| M. Ravignat | 13055 | | |
| M. Calandra | 13055 | | |
| M. Ravignat | 13056 | | |
| M. Moore (Port Moody—Westwood—Port Coquitlam) .. | 13056 | | |

| | |
|--|-------|
| L'agriculture | |
| Mme Day..... | 13059 |
| CBC/Radio-Canada | |
| M. Vaughan..... | 13059 |
| Les 41^{es} élections générales | |
| Mme May..... | 13060 |
| La sécurité publique | |
| Mme May..... | 13060 |
| Le bien-être des animaux | |
| Mme Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine)..... | 13060 |
| Postes Canada | |
| Mme Morin (Notre-Dame-de-Grâce—Lachine)..... | 13060 |
| Questions au Feuilleton | |
| M. Trottier..... | 13060 |

INITIATIVES MINISTÉRIELLES

Travaux des subsides

| | |
|---|-------|
| Motion de l'opposition — Les publicités gouvernementales | |
| Motion..... | 13060 |
| M. Eglinski..... | 13061 |
| M. Garrison..... | 13062 |
| M. Lamoureux..... | 13062 |
| M. Morin (Chicoutimi—Le Fjord)..... | 13062 |
| M. Albrecht..... | 13063 |
| M. Hsu..... | 13063 |
| M. Cullen..... | 13063 |
| M. Dubourg..... | 13063 |
| M. Aubin..... | 13065 |
| M. Scarpaleggia..... | 13065 |
| M. Brison..... | 13065 |
| M. Aubin..... | 13066 |
| M. Butt..... | 13066 |
| Mme Brown (Newmarket—Aurora)..... | 13067 |
| Mme Duncan (Edmonton—Strathcona)..... | 13069 |
| M. Vaughan..... | 13070 |
| M. Morin (Chicoutimi—Le Fjord)..... | 13070 |
| M. Shipley..... | 13070 |

| | |
|-------------------------------------|-------|
| M. Cullen..... | 13070 |
| Mme Sgro..... | 13071 |
| M. Armstrong..... | 13072 |
| M. Cullen..... | 13073 |
| M. Vaughan..... | 13073 |
| Mme Glover..... | 13074 |
| Mme May..... | 13075 |
| M. Albrecht..... | 13075 |
| M. Morin (Chicoutimi—Le Fjord)..... | 13077 |
| Mme Murray..... | 13077 |
| Mme May..... | 13078 |
| M. Butt..... | 13078 |
| Mme Foote..... | 13079 |
| M. Butt..... | 13080 |
| M. McGuinty..... | 13080 |
| M. Lamoureux..... | 13081 |
| M. Morin (Chicoutimi—Le Fjord)..... | 13082 |
| M. Chan..... | 13082 |
| M. Cash..... | 13083 |
| Report du vote sur la motion..... | 13084 |

Le budget

L'exposé financier du ministre des Finances

| | |
|-------------------------------|-------|
| Sous-amendement..... | 13084 |
| Rejet du sous-amendement..... | 13085 |

MOTION D'AJOURNEMENT

Le logement

| | |
|-------------------|-------|
| M. Vaughan..... | 13085 |
| M. Armstrong..... | 13086 |

Les langues officielles

| | |
|-------------------|-------|
| Mme Day..... | 13086 |
| M. Armstrong..... | 13087 |

La sécurité publique

| | |
|-------------------|-------|
| M. Easter..... | 13088 |
| M. Armstrong..... | 13088 |

Publié en conformité de l'autorité
du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of
the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>