

que je compte faire et je suis certain que beaucoup de députés y songent également.

J'ai des réserves à l'égard du bill à l'étude simplement parce que j'estime que l'on n'a pas vraiment essayé d'établir des directives à l'intention des sociétés d'édition pour les aider à maintenir leur caractère canadien. Le ministre me paraît intransigeant en refusant tout compromis à ce sujet et je ne comprends pas son attitude. Peut-être attend-il l'étape du comité pour le faire, mais j'ai le sentiment que l'on refuse tout compromis alors qu'à mon avis il en faut. Si le but de la mesure est de liquider des organismes à cause de leur caractère américain, comme l'a laissé entendre l'orateur précédent, ce ne peut-être qu'une attitude anti-américaine dissimulée derrière un vertueux sentiment de nationalisme canadien. Je déplorerais qu'il en soit ainsi.

A mon avis, ce qui compte avant tout dans ce débat, c'est d'établir une fois pour toutes pour l'industrie de la publication des magazines et périodiques une série de directives qui reçoivent l'approbation non seulement de l'industrie en question, mais des annonceurs, des éditeurs, des artistes graphiques et, surtout, du public canadien.

Mais ce n'est certainement pas chose facile. Le secrétaire d'État (M. Faulkner) a dit lui-même que le gouvernement ne s'était pas facilement décidé à présenter ce bill et qu'en fait, la décision avait été très difficile à prendre. D'ailleurs, je croisais qu'un grand nombre de ministres étaient absents lorsque la décision a été prise. En outre, cette question a retenu l'attention de plusieurs commissions royales d'enquête et notamment la Commission Royale d'enquête sur les périodiques, dirigée par le sénateur Gratton O'Leary. Elle a fait l'un des principaux sujets d'enquête du comité sénatorial spécial des mass media, présidé par le sénateur Keith Davey. Toutefois jamais personne n'a encore pu donner à l'industrie de la publicité et de la publication des directives susceptibles de protéger tous ceux qui s'intéressent directement et indirectement à la publication des revues au Canada.

Il est facile de critiquer et de démolir, mais pourquoi ne pas établir des directives bien précises que les gens pourraient suivre? Dans le rapport du comité sénatorial spécial sur les moyens de communications de masse, on admettait que c'était tout comme si l'on jonglait avec l'inconnu. Dans l'étude des options qui s'offraient au gouvernement canadien, on rejetait l'idée de bouter dehors le *Reader's Digest*—ou bien le *Time*—car, et je cite un passage de la page 185 du volume I:

Nous sommes fermement convaincus qu'il serait peu conforme à l'esprit canadien d'expulser du marché deux entreprises isolées qui font quand même des affaires au Canada depuis près de trente ans, et d'une façon non dépourvue de perspicacité, d'honnêteté et de qualité. Nous avons aussi tenu compte des dislocations économiques que pouvait entraîner une mesure semblable. Imposer le chômage au nom de l'expansion socio-économique peut sembler une solution sensée aux yeux de ceux qui la proposent; mais aux yeux de ses victimes, non.

Le comité spécial n'en proposait pas moins d'aller de l'avant, de jongler avec l'inconnu et recommandait ce qui correspond, en fait, à la proposition ministérielle dans le bill à l'étude, c'est-à-dire d'abroger l'article 19(2) de la loi de l'impôt sur le revenu et d'empêcher les annonceurs de déduire leurs dépenses publicitaires au compte de ces deux publications dans le calcul de leur impôt sur le revenu.

Cela correspondrait, comme nous le savons tous, à une rigoureuse restriction. Autant que puissent en juger les directeurs du *Reader's Digest*, leur société se trouverait plongée dans un déficit catastrophique dont l'édition du magazine ne pourrait se relever. Le *Time* est dans une

Périodiques non canadiens

situation quelque peu différente, puisqu'il n'a pas de capital engagé au Canada et encore moins d'emplois canadiens, et qu'il s'agit d'un magazine de nouvelles rédigé par un personnel international. Il a des options dont ne bénéficie pas le *Reader's Digest*. J'ai l'impression que la plupart de nos collègues ne sont pas tellement bien disposés à l'égard du *Time* mais qu'un bon nombre s'inquiètent au sujet du *Reader's Digest*, qui s'est ingénié à devenir une bonne personne morale canadienne.

● (1510)

En outre, pour le *Reader's Digest*, le seul résultat c'est que la maison d'édition canadienne française devra cesser de publier. Comme l'a fait remarquer la compagnie, l'édition canadienne française a été publiée à perte, en moyenne \$157,000 par an depuis dix ans. Donc, environ 1.3 millions de lecteurs francophones seront privés de cette édition.

De plus, l'édition canadienne anglaise du *Reader's Digest* sera fort compromise. On a dit qu'elle devrait être remplacée par une édition conçue, publiée et imprimée aux États-Unis. Cette loi vise certainement à encourager la publication de journaux canadiens à l'intention de lecteurs canadiens. A quoi servirait-il d'obliger cette compagnie qui publie au Canada en français et en anglais depuis 1948 à cesser de faire paraître son édition canadienne? Le Canada n'y perdrait-il pas quelque chose?

Reader's Digest au Canada, comme nous l'a déjà fait remarquer le député de Vaudreuil (M. Herbert), compte une équipe éditoriale et de production complète de 80 personnes qui travaillent à ses livres et revues—tous des citoyens canadiens. L'entreprise emploie en tout quelque 460 Canadiens directement et 1,000 autres indirectement parmi ses fournisseurs. Elle offre du travail aux écrivains canadiens pigistes et leur donne l'occasion de se faire connaître d'un auditoire mondial de quelque 105 millions de lecteurs de 13 langues. Ses opérations rapportent au ministère canadien des Postes plus de 3 millions de dollars par année.

Nous devrions au moins étudier le passé de cette compagnie au Canada—avant et depuis la loi de 1965 qui a fait considérer les éditions canadiennes du *Reader's Digest* comme non canadiennes—avant d'essayer de la supprimer. La revue est diffusée au Canada depuis 1922. L'édition canadienne de langue anglaise a été imprimée ici en 1943. En 1948, la compagnie a commencé à investir dans des installations et du matériel au Canada. Elle a sans cesse accru sa contribution canadienne depuis.

Suite à l'encouragement des directives publiées par le gouvernement en 1966 sur le bon comportement des sociétés, l'Association *Reader's Digest* (Canada) Limitée a vendu une partie importante—quelque 32.6 p. 100—de ses actions ordinaires à des actionnaires canadiens en 1968. Son conseil d'administration se compose aujourd'hui de six personnes, dont cinq sont des canadiens éminents. Il comprend un ancien président du conseil d'administration de la Société Radio-Canada, un ancien président du Conseil des Arts du Canada, un ancien bâtonnier du Barreau du Québec et un président de compagnie qui est l'autre membre du conseil et qui a brillamment servi la fonction publique du Canada. J'estime qu'une société dirigée par des hommes de ce calibre ne resterait pas les bras croisés si la compagnie, dont ils représentent les actionnaires canadiens, commençait à nuire à l'économie du Canada, aux objectifs à l'identité culturelle du Canada.