

Impôt sur le revenu

peg. Je me demande si le ministre a des renseignements sur les conséquences de cette loi restreignant la publicité dans les stations de télévision étrangères.

M. Chrétien: Nous ne savons pas exactement quelles en sont les conséquences sur le plan monétaire. Il s'agit surtout d'une politique culturelle pour le Canada. De toute évidence, à cause de la loi adoptée l'an dernier, une société du sud du Manitoba qui fait de la réclame dans les états américains septentrionaux devra payer davantage pour louer du temps d'antenne là-bas. L'objectif de la politique était de rendre de telles dépenses publicitaires non déductibles aux fins de l'impôt canadien. Si le député désire une évaluation des bienfaits qu'en a retirés l'industrie de la télévision canadienne, peut-être pourrait-il s'adresser à mon collègue le secrétaire d'État.

Il est évident que cette mesure a permis à une revue comme *Macleans* de prendre beaucoup d'expansion au Canada, puisque la revue *Time* n'est pas considérée comme une revue canadienne; la revue *Macleans* qui était mensuelle est devenu bi-mensuelle—il paraît que l'année prochaine, elle deviendra hebdomadaire. Je pourrais également signaler qu'il y avait deux bills mais qu'ils avaient tous deux pour but de protéger le marché canadien.

M. Orlikow: Puisque toutes les recettes que les stations de télévision américaines retirent des sociétés canadiennes représentent en réalité un supplément, on devrait dire une aubaine, ces stations ont diminué de moitié leurs tarifs publicitaires, si je ne m'abuse. De cette manière, il est possible aux sociétés canadiennes de faire de la publicité sans déboursier plus qu'avant. Est-il possible au gouvernement de restreindre encore plus la vente de ce genre de publicité aux commanditaires américains?

● (2132)

M. Chrétien: Monsieur le président, sur le plan fiscal ou en matière d'imposition, il est impossible de faire plus que ce que nous avons déjà fait. La solution consiste peut-être à interdire aux commanditaires américains de faire de la publicité au Canada. Je ne suis cependant pas disposé à recommander une telle mesure.

M. Orlikow: Ceci ne relève peut-être pas du ministre, mais je crois que le fait d'interdire la diffusion des messages publicitaires américains serait non seulement une bonne idée, mais une solution légale aux yeux des tribunaux canadiens.

[Français]

M. Beaudoin: Monsieur le président, je suis d'accord avec l'honorable ministre en ce sens que ces publications-là qui annoncent en dehors du Canada doivent être cotisées selon la loi de l'impôt sur le revenu. Il est une chose que je voudrais demander au ministre: Est-ce que ce sont les deux seuls magazines, *Macleans* et *Reader's Digest*, qui sont visés par le bill C-11?

M. Chrétien: Dans le bill C-11, on n'a fait que clarifier le langage qui détermine les décisions du ministère du Revenu national. Oui, ce sont les deux seuls magazines, parce qu'ils étaient les deux seuls magazines étrangers qui étaient effectivement publiés au Canada. Naturellement, nous recevons des magazines de tous les pays, de la France, de l'Angleterre, des États-Unis. Mais dans le cas de *Time*, de *Reader's Digest* et de *Sélection du Reader's Digest*, c'étaient des publications américaines mais publiées ici même au Canada, et l'une a

réussi à se qualifier et l'autre n'a pas réussi à se qualifier comme publication canadienne. Les autres n'essayaient pas de publier ici même au Canada. Donc, si on fait de l'annonce dans des revues étrangères dirigées au marché canadien, ce n'est pas déductible de l'impôt sur le revenu.

M. Beaudoin: Monsieur le président, étant donné que ce sont des magazines qui sont presque des multinationales, le ministre des Finances qui est responsable du bill peut-il dire de quelle façon il peut contrôler les revenus de ces deux magazines eu égard au bill C-11?

M. Chrétien: Nous n'avons pas à contrôler les revenus. Nous disons qu'une compagnie qui veut publier des annonces dans *Time* pour le bénéfice des lecteurs canadiens ne peut pas déduire de son revenu cette dépense comme une dépense légitime. Elle peut donner son argent à qui elle veut, mais ce n'est pas considéré comme une dépense déductible d'impôt. C'est la façon dont on contrôle. Si une compagnie veut donner \$100,000 ou \$200,000 en annonces à la revue *Newsweek* ou à n'importe quelle autre revue américaine, cela la regarde pour autant que ce n'est pas pour atteindre le public canadien. Si, par contre, une compagnie veut acheter dans une revue américaine de l'espace pour inviter les Américains à venir au Canada, cela sera considéré comme une dépense déductible, parce que ce n'est pas dirigé vers le marché canadien, mais plutôt vers le marché américain.

M. Beaudoin: Il y a quelque chose que je ne comprends pas. Vous décidez que la compagnie qui annonce dans ces deux magazines de souche américaine, que les dépenses qu'elle doit faire ne sont pas déductibles d'impôt. Il y a une chose que je ne comprends pas, et c'est celle-ci: comment se fait-il que vous pouvez contrôler l'impact relatif aux annonces qu'elles font vis-à-vis le peuple canadien, annonces déductibles ou non déductibles d'impôt, parce qu'à ce moment-là, je pense, que c'est un «one way» comme on dit en anglais. C'est que vous voulez empêcher ces compagnies d'annoncer dans un magazine canadien-américain, et vous les empêcher d'annoncer pour que ce soit rentable pour eux sans pour cela contrôler à 100 p. 100 les dépenses que les compagnies font à l'intérieur du Canada vis-à-vis ces annonces-là. C'est ce que je ne comprends pas.

M. Chrétien: Je voudrais tout d'abord faire une clarification. La revue *Reader's Digest* se qualifie comme revue canadienne. Donc, pour ne pas mêler les membres du comité, oublions-le. À l'égard de toute annonce publiée dans la revue *Reader's Digest*, publiée au Canada, les dépenses sont déductibles de l'impôt de la personne qui fait l'annonce. Si l'on fait une annonce dans *Time Magazine* la dépense pour obtenir cette annonce n'est pas déductible du rapport d'impôt de la compagnie au Canada. C'est clair et net. Si une annonce s'adresse au public canadien, si cette annonce a un contenu canadien, si on invite les Canadiens à boire de la vodka et si on dit: Buvez de la vodka canadienne, et *Time* a une section d'annonces qui s'adressent seulement au Canada, ce n'est pas déductible. Si dans le *Time* des États-Unis on publie une annonce pour inviter les Américains à visiter le Canada, cela sera déductible. Il s'agit pour le ministère du Revenu national de comparer les deux annonces et de décider si l'une est dirigée vers le public canadien ou si l'autre est dirigée vers le public américain.

(L'article 13 est adopté.)

Sur l'article 14—