

Et je devrais accentuer le mot «diminué».

—la part des suppléments a diminué de 46 pour cent; la part des revues de 40.7 pour cent.

Ces chiffres soulignent que la concurrence en publicité implique un choix de média entre lesquels la rivalité est plus grande qu'entre les différentes revues, journaux, réseaux ou postes. Le *Magazine Advertising Bureau* est fortement appuyé par les revues à grand tirage offertes au public pour cette raison, et dans le but similaire, le *Star Weekly*, *Weekend*, et *The Canadian* ont formé MagnaMedia. Les revues, journaux, suppléments et la *Canadian Daily Newspaper Publishers Association* sont tous conscients qu'en appuyant activement les associations commerciales, ils augmenteront leurs chances de faire face à la concurrence des organes de diffusion rivaux. Si les revues à grand tirage au Canada obtenaient une part de revenu publicitaire global égale à celle obtenue par les revenus similaires aux États-Unis, leurs revenus publicitaires seraient plus que doublés.

Pendant les quelques minutes qui nous restent, je voudrais vous parler de la publication des articles.

Le principe adopté par les éditions *Digest* est celui des frais partagés, procédé qui n'est pas nouveau pour les publications canadiennes. En partageant les frais, les journaux canadiens, en fait, obtiennent la presque totalité de leurs chroniques, article en page éditoriale, bandes illustrées et presque tous leurs éditoriaux d'intérêt international. Les coopératives d'agences de nouvelles et bon nombre de postes radiophoniques et de télévision font de même au pays, pour diminuer leurs frais.

Pour un droit payé par chaque numéro du *Digest*, à la compagnie mère, les rédacteurs peuvent publier librement les articles sur lesquels la compagnie mère détient des droits de toutes sortes. Une bonne partie des articles publiés dans le *Digest* peuvent être achetés librement. Par exemple, «*Oxbells and Fireflies*» d'Ernest Buckler, un écrivain canadien, fut publié par McClelland and Stewart. Le *Digest* a publié deux «sélections» extraites de ce livre. Ces écrits étaient à la disposition de tout éditeur de revue au Canada ou d'ailleurs, au prix du marché. Ce principe s'applique à «*Western Windows*» de Bruce Hutchison, publié par Longmans Canada, qui fournit le sujet d'une sélection internationale de *Digest*. Il en va de même pour des articles de revue obtenus de périodiques canadiens et qui fournissent des sélections pour nos éditions canadiennes et étrangères.

Avec les années (comme vous le verrez à l'appendice III de l'exposé principal) nous avons porté une plus grande attention aux publications canadiennes, en vertu du principe qu'une revue comme la nôtre, jouissant d'un tirage aussi élevé, doit, dans une

certaine mesure, refléter les intérêts et les réussites non seulement des lecteurs mais du pays où elle publiée.

Au cours des cinq dernières années, nous avons publié une centaine d'articles sur le Canada, écrits par des auteurs canadiens ou obtenus de diverses sources canadiennes. Près de la moitié de ces articles furent publiés par un bon nombre d'éditions de *Reader's Digest* de par le monde. Comme exemple, nous avons préparé un graphique pour donner le tirage de «*Snowmobiles: The Cats that Conquered Winter*». M. Hancox vient tout juste de la dévoiler à ma droite. Il s'agit de l'histoire remarquable d'une entreprise canadienne-française, issue de l'invention de Joseph-Armand Bombardier. Sur le même graphique, sont inscrits les titres de plusieurs autres articles sur le Canada, indiquant le nombre de langues dans lesquelles ils furent publiés par *Digest*, et leur tirage mondial approximatif.

Le domaine de la publication au Canada est l'objet d'un programme qui se continue. Nous travaillons actuellement avec quelque 15 journalistes indépendants et d'autres écrivains sur quelque 40 projets qui fourniront éventuellement des articles canadiens, à nous et aux éditions étrangères.

En plus, notre personnel du département de la publication lit ou trie quelque 750 pièces que nous font parvenir mensuellement nos collaborateurs. Ces pièces nous apportent des manuscrits, anecdotes, et suggestions pour des articles de la part de nos lecteurs.

Pour mieux balancer le contenu de la revue, le *Digest* a diverses sources. Le numéro de février en langue anglaise qu'accompagnait notre exposé, vous donnera une idée de notre façon de procéder. Il comprend des articles de l'un, de l'autre, ou d'un ensemble des pays suivants: Allemagne de l'Ouest; Suède; Allemagne de l'Est; États-Unis; Canada; France; Nouvelle-Guinée; Grande-Bretagne; et du Thibet. A travers cette matière, l'on trouve aussi des articles sur la protection du consommateur, l'art de vivre, la médecine, la nature, la science, l'effort personnel, faites-le vous-même, divertissements et humour. Il s'agit d'un numéro type valable pour les éditions étrangères.

En plus des sélections extraites de livres et de périodiques du monde entier, il y a les articles préparés spécialement pour le *Digest*. Certains sont utilisés par toutes les éditions, d'autres sont d'intérêt strictement régional, d'autres sont préparés pour un numéro en particulier, comme par exemple, nos articles du numéro de mars: «*The Understanding*» et «*Canada's Wonderful Wishing Book*» qui furent écrits par des auteurs canadiens, sur commande d'éditeurs canadiens. Le *Digest* a, en plus, un groupe de rédacteurs itinérants, dont un Canadien résidant au Canada. Il écrit surtout, mais non exclusivement, sur des sujets canadiens et ses articles sont disponibles, par l'entre-