

Périodiques non canadiens

ployés dans les stations canadiennes, celles de la Société Radio-Canada, de BC Television ou d'une très petite mais agressive station à très hautes fréquences, CITY TV à Toronto, qui ne bénéficie d'aucun de ces avantages. Cette dernière station n'emploie pas seulement 18 ou 30 personnes, mais 105 à plein temps et ses revenus équivalent à moins de la moitié de ceux de KVOS dans l'État de Washington et en Colombie-Britannique. Voyons les choses sous leur vrai jour quand nous parlons du nombre d'emplois et des grands moyens de production que KVOS met à la disposition des Canadiens et comparons ces données avec celles des stations canadiennes dont les recettes sont de beaucoup inférieures à celles de KVOS. N'oublions pas que 90 p. 100 des recettes de KVOS dans l'État de Washington proviennent d'annonceurs canadiens établis à Vancouver. Dix pour cent de ses recettes proviennent de la région dans laquelle il a été autorisé à diffuser.

KVOS ne détient pas de licence du CRTC pour diffuser sur le marché canadien. Ceci est important et il ne faut pas l'oublier lorsque nous examinons l'organisation de la radiodiffusion. Du fait que KVOS ne détient pas de licence du CRTC pour servir le marché canadien, il n'est pas tenu de se conformer au règlement de la loi canadienne sur la radiodiffusion auxquelles sont soumis toutes les autres stations de télévision de notre pays. KVOS n'est pas tenu non plus de se conformer au règlement exigeant que 60 p. 100 du contenu des émissions soit canadien, ce qui est d'ailleurs parfaitement acceptable à mon avis, mais qui représente certainement une sujétion pour nombre de stations canadiennes qui doivent consacrer une partie de leurs revenus à produire des programmes uniquement canadiens. KVOS n'est nullement lié par ces restrictions puisqu'il est licencié par le FCC américain. Toute orientation en vue de se conformer aux dispositions de la loi canadienne sur la radiodiffusion, ainsi qu'aux dispositions particulières sur les 60 p. 100 de contenu canadien, ou sur la promotion de la culture et de l'identité canadiennes visant à rapprocher les Canadiens, est donc donnée de son propre gré. Si nous acceptons un seul de ces amendements, cette contribution pourrait être modifiée comme l'entend KVOS.

Il n'y a aucun moyen légal permettant au CRTC d'obtenir de KVOS qui est américain de se conformer aux exigences de la loi sur la radiodiffusion, et accepter les amendements proposés par les conservateurs, le député de Vancouver-Kingsway et le député d'Ontario (M. Cafik) serait donc contredire et violer la loi même sur la radiodiffusion que le Parlement a adoptée et que les députés des deux côtés de la Chambre ont appuyée.

En essayant de trouver des biais au moyen d'amendements, n'en perdons pas pour autant les choses de vue. Les amendements proposés sont complètement en contravention avec la loi sur la radiodiffusion. Nous avons appris au comité que les stations frontalières américaines ponctionnent environ 20 millions de dollars par an en recettes publicitaires qui normalement seraient dirigées vers des chaînes de télévision canadiennes. Mais pourquoi donc nos annonceurs utilisent-ils la télévision américaine? En partie bien entendu, pour atteindre un certain public mais je crois qu'il est important de se rendre compte que, jusqu'ici, ils agissaient ainsi parce qu'ils pouvaient obtenir une exonération fiscale leur permettant de déduire de leurs impôts les frais de cette publicité.

Le bill n'empêchera pas les annonceurs de faire de la publicité là où ils veulent, mais il réservera les exonérations fiscales uniquement aux annonces paraissant sur les chaînes de télévision canadiennes. Je pense que c'est une mesure tout à fait logique, si l'on veut renforcer la radio-

diffusion et la télévision canadiennes. Comment peut-on demander à la télévision canadienne d'étendre ses installations de diffusion, de trouver de nouveaux programmes ou de les améliorer si nous continuons à encourager une hémorragie annuelle de 20 millions de dollars? Souvenons-nous en effet que la télévision canadienne doit couvrir la même région géographique que la télévision américaine. On voudrait que les compagnies et les stations de télévision canadiennes offrent la même qualité de service et d'émissions qu'aux États-Unis, alors qu'elles n'ont pas les importantes ressources financières des télédiffuseurs américains.

● (1650)

Je me demande si les députés ont déjà pris le temps de calculer la perte de revenus qui s'est produite depuis l'entrée en vigueur de cette politique en matière de publicité. Selon mes estimations, que j'ai vérifiées auprès d'autres sources, la télévision canadienne a perdu jusqu'ici environ 250 millions de dollars en recettes tirées de la publicité. Cette année, KVOS-TV, à elle seule, a soutiré au marché de Vancouver 7 millions de dollars en recettes tirées de la publicité.

M. Friesen: Où les a-t-elle dépensés?

M. Symes: Qu'est-ce que cela signifie? Que cet argent, dont devraient disposer les nouvelles stations de télévision qui entrent sur le marché dans la région de Vancouver et de Toronto, sort du pays. Il me semble que l'amendement à l'étude cherche, par des moyens détournés, à favoriser les stations étrangères au détriment des stations canadiennes. Que représentent en termes réels 250 millions de dollars pour les Canadiens? Cela signifie qu'environ 8,000 années-hommes de travail ont été perdues pour les citoyens canadiens. Dans ce calcul, je considère qu'un emploi égale \$30,000 de revenu brut. Cela signifie que le gouvernement fédéral a perdu des millions de dollars en recettes fiscales. Ce manque à gagner a entraîné la perte de centaines d'heures de production qui auraient pu donner naissance à de nouvelles émissions canadiennes améliorées, il a entravé les tentatives de création d'une culture canadienne unique—une vision du monde transmise par des émissions nouvelles et innovatrices, et un service de télévision plus vaste.

Monsieur l'Orateur, j'ai écouté encore une fois le député de Vancouver Kingsway (M^{me} Holt) nous expliquer comment KVOS-TV a fait des pieds et des mains pour diffuser des émissions présentant un intérêt pour les Canadiens. J'ai lu avec grand intérêt la transcription des audiences du comité des affaires extérieures de la Chambre des représentants, aux États-Unis, qui s'est réunie le 25 avril 1974 et où a comparu le président de KVOS-TV. Ce dernier a expliqué comment la station s'efforce de tenir compte de l'aspect canadien unique de son auditoire. Il a présenté en preuve la liste des émissions locales d'affaires publiques passées par cette station l'année précédente. Ces émissions portaient sur 421 sujets, dont 41 seulement, c'est-à-dire moins de 10 p. 100, concernaient d'une façon quelconque le téléspectateur canadien. C'est là une chose qu'il faut avoir présente à l'esprit lorsqu'on entend dire que KVOS est une si bonne société canadienne. On nous a parlé de la filiale Canawest Film de KVOS, qui, dit-on, fait travailler 18 Canadiens, produit des films et apporte ainsi sa contribution au cinéma canadien. Il est vrai que c'est la plus grosse maison cinématographique à l'ouest de Toronto. Mais il ne faut pas oublier de dire qu'elle a été créée essentiellement dans le but de réaliser des annonces vidéo pour KVOS. Voilà le gros de son travail, ne l'oublions pas. Il faut nous