

Ce qui m'intéresse et je ne veux pas me lancer dans une longue tirade concernant le *Time* et *Reader's Digest*, car je crois que ces deux revues sont assez grandes pour savoir défendre elles-mêmes leurs intérêts—c'est qu'en ce qui concerne notamment *Reader's Digest*, son dernier rapport annuel mentionnait que plus de 50 p. cent de ces recettes ne proviennent pas de la vente de la revue elle-même, mais de la vente par correspondance d'autres articles dans lesquels la revue se spécialise—livres, disques, et autres et qui sont annoncés dans les pages de publicité de l'édition mensuelle du *Reader's Digest*.

Certains ont avancé que nous créerions des difficultés à ces deux revues en adoptant les changements proposés. Soyons logiques, puisque *Reader's Digest* indique que plus de 50 p. cent de ses recettes proviennent des ses ventes par correspondance, nous pourrions dire que nous allons susciter les mêmes difficultés à Sears-Roebuck ou aux autres catalogues qui servent essentiellement à annoncer la publicité de biens et de services offerts par la maison. C'est en fait le genre de service que procure le *Reader's Digest* et je ne pense pas qu'en apportant les modifications on ait voulu, à l'origine, offrir des avantages fiscaux à cette fin à ces deux revues.

Dès le début, je dois avouer être un lecteur assidu du *Time* et du *Reader's Digest* et espère le rester à l'avenir; j'approuve parfois leurs articles et les désapprouve peut être plus souvent encore mais, dans l'ensemble, j'estime que ces revues valent la peine d'être lues car elles assurent un contact avec un système de valeurs et un mode d'information qui n'est pas négligeable. Mais lorsqu'on en arrive à ce qu'elles dominent de manière importante la scène canadienne, je crois qu'il est temps de s'inquiéter.

Pour être franc, je n'ai jamais tellement apprécié que la teneur de l'éditorial de *Reader's Digest* soit obligatoirement soumise à l'approbation du bureau principal des États-Unis. Toute société d'édition, et ce, indépendamment du débat qui se déroule ici sur le pourcentage du contenu canadien des périodiques, qui doit consulter un comité de gestion ou un groupe d'éditeurs qui se trouve en dehors du pays pour décider de la pertinence de son contenu, aura beaucoup de mal à me faire admettre son point de vue.

Voici la question essentielle que se posent de nombreux Canadiens: la mesure proposée par le gouvernement risque-t-elle de nous priver de ces deux revues? MM. Larue et Zimmerman ont eu beau le prétendre, il n'empêche qu'elles ne vont pas cesser de publier, elles ne vont pas disparaître et elles n'abandonneront probablement pas leur contenu canadien parce qu'elles savent que tout cela favorise la vente des revues ainsi que des extra et qu'il faut en tenir compte pour réussir dans ce domaine.

Deux choses pourraient bien arriver. Il se pourrait qu'on augmente le prix de l'abonnement, mais il y a déjà eu des majorations appréciables ces dernières années et je ne m'attends pas à beaucoup de changement. Il se pourrait que les coûts de la publicité soient modifiés, mais je suis porté à croire qu'on pourrait les rendre plus attrayants pour les compagnies canadiennes qui pensent encore qu'il est de leur intérêt d'annoncer dans ces publications. La préoccupation fondamentale est double. Il s'agit, en un premier temps, d'offrir des chances égales aux publications canadiennes pour qu'elles puissent, espérons-le, en rescaper certaines qui sont au bord de la faillite.

Périodiques non canadiens

J'ai remarqué dernièrement, et avant aussi, beaucoup de contestation et de réaction dans certains éditoriaux de nos journaux où il était question en particulier de la liberté de la presse. Il me semble qu'un point essentiel leur ait échappé. Il ne peut y avoir de liberté de la presse s'il n'y a pas de presse en premier lieu. Ils devraient le comprendre entre tous, et, comme la situation se détériore autant pour la publication que pour la distribution des revues dans notre pays, il est tout simplement inconcevable que les journaux, qui se sont parfois eux-mêmes trouvés dans une situation enviable, fassent preuve de ce que j'estime être une attitude très étroite et chauviniste face à notre démarche.

Un sujet de préoccupation plus fondamentale, peut-être, est la mesure dans laquelle les recettes pourront être détournées pour venir en aide à d'autres publications canadiennes. Canadian Facts Incorporated, sauf erreur, a fait des enquêtes révélant que la plupart des recettes détournées du *Reader's Digest* et du *Time* iraient ou à Maclean-Hunter—qui est considéré comme le gros méchant loup dans cette affaire—ou à d'autres media non périodiques, essentiellement pas à d'autres publications canadiennes.

En premier lieu, je dirais même qu'il s'agit d'un gain net, toutefois je serais assez inquiet si cela constituait l'essentiel de son revenu, mais si, en fait, une partie du revenu tiré de la publicité est affectée à d'autres formes de media, je ne trouverais rien de répréhensible à cela, parce que nous livrons d'autres batailles dans d'autres secteurs et les autres media pourraient recevoir une aide quelconque. Si tous les revenus tirés de la publicité allaient à Maclean-Hunter, j'aurais des sentiments mêlés là-dessus, parce que je ne suis pas entièrement satisfait de l'existence d'un très grand centre de publication de revues, et je ne dis pas cela seulement pour Maclean-Hunter, qui, à côté de sa principale revue *Maclean's* publie un grand nombre de périodiques spécialisés. Je n'en suis pas très satisfait pour deux raisons principales: d'abord, parce que la concentration des communications dans une seule main n'est pas, à mes yeux, une situation saine pour un pays et, ensuite, parce que, venant d'une région qu'on appelle une région désavantagée, et non du centre du pays, je suis quelque peu troublé de voir que tout ce qui se produit au pays doit être jugé par le petit clan qui réside entre les rues Yonge, Bay ou Bloor. Toronto n'est pas le Canada. Voilà pourquoi j'espère que cet empire de l'édition ne sera pas le seul à recevoir de l'aide.

● (1650)

Si le monde de la revue connaît un si grand déséquilibre chez nous, à ce point même que Maclean-Hunter y assume la stature d'un géant, c'est notamment parce que seule une entreprise de l'envergure de Maclean-Hunter a pu résister à la concurrence du *Time* et du *Reader's Digest*. A dire vrai, il importe beaucoup, à mon sens, de prévoir une aide, des ressources financières autres que les recettes publicitaires si l'on veut un nivellement, une diversification, si vous préférez, dans la publication de revues chez nous. J'ai toutes les raisons de croire que l'évaluation effectuée par la société Canadian Facts Incorporated il y a quelque deux ans n'est pas tout à fait exacte. Le gouvernement n'est pour rien dans l'amélioration appréciable des perspectives de l'industrie du magazine au Canada.