

tera aux périodiques canadiens, pas simplement à *Maclean* mais également à un grand nombre d'autres, publiés ailleurs qu'à Toronto, qui contribuent à la création d'une industrie du périodique saine et vitale appartenant à des Canadiens, de conception canadienne et dirigée par des Canadiens.

**M. MacLean:** Le député m'autorise-t-il à poser une question? Elle fait suite à son raisonnement que j'ai suivi avec beaucoup d'intérêt. Il prétend que *Time*, *Reader's Digest* et d'autres magazines étrangers destinés surtout à des marchés étrangers ne devraient pas avoir droit à des concessions fiscales au Canada simplement parce qu'ils créent des installations pour imprimer leurs magazines chez nous. Appliquerait-il le même raisonnement aux fabricants d'automobiles, à la compagnie General Motors par exemple qui conçoit une voiture en pensant surtout aux États-Unis et qui implante des usines au Canada? Devrait-on également refuser des concessions fiscales à ces compagnies?

**M. Broadbent:** La question est très pertinente et ma réponse le sera aussi, j'espère. Le député a mis le doigt sur deux aspects de la publication: d'abord l'emplacement de l'établissement et, deuxièmement, l'origine de ce qu'on y produit. J'appuie la mesure car elle dit qu'il faut remplir les conditions concernant ces deux aspects de la question. Dans le cas de l'industrie automobile, il serait souhaitable, j'en conviens, d'inclure dans l'accord canado-américain une condition spécifiant qu'un certain pourcentage de la recherche et du développement devra se faire au Canada. Autrement dit, nous n'aurions pas seulement des usines de montage. Je l'ai déclaré publiquement à plusieurs reprises. Je serais d'accord pour qu'on impose des conditions afin qu'une part importante du travail de création se fasse au Canada. J'applique donc le même principe pour tout.

**M. MacLean:** Et ces automobiles seraient conçues en fonction du climat canadien?

**M. Broadbent:** Bien sûr!

**M. Stan Schumacher (Palliser):** Madame l'Orateur, j'aimerais intervenir dans ce débat pour manifester mon opposition au projet de loi présenté par le gouvernement. Pour moi, c'est tout simplement une protection non douanière accordée à deux ou trois revues, essentiellement *Maclean's* et *Saturday Night*, qui, à mon sens, n'apportent ni l'une ni l'autre grand-chose à la presse périodique canadienne ou au Canada en général. La presse périodique a des difficultés, mais je ne pense pas que ce projet de loi puisse les résoudre. La première difficulté, c'est sans doute que notre population, relativement peu importante, est, en plus, divisée en deux groupes linguistiques. Sur 22 millions d'habitants, 6 millions environ lisent des publications françaises, et 16 millions des textes anglais. Pour couronner le tout, le centre de cette industrie dans le Canada anglais se situe à Toronto.

Il s'ensuit qu'elle n'attire pas suffisamment les anglophones du reste du pays. D'ailleurs les publications provenant de Toronto, cette ville de centralisation des media, ne tentent probablement guère ceux qui vivent à 50 ou 60 milles de là. Bien des gens en Ontario ne trouvent pas que Toronto reflète leurs buts, leurs souhaits, ou leurs opinions sur le Canada. La plupart des Canadiens ne s'intéressent pas aux sujets de discussion que l'on aborde rue Bloor ou rue Yonge.

#### *Périodiques non canadiens*

Personnellement, j'estime que *Maclean's* ment sur toute la ligne en se prétendant la revue nationale du Canada. Je sais qu'elle essaie de donner l'impression que l'on y collabore de partout au Canada. Prenons par exemple Heather Robertson qui a rédigé des articles pour ce magazine. Elle prétend venir de la Saskatchewan, et je présume que la revue espère donner aux Canadiens l'impression de lire le point de vue d'une personne de la Saskatchewan en lisant ses articles. Mais à mon avis, pour qu'une telle personne écrive de pareils articles, il faut qu'elle ait vraiment honte de ses origines. J'estime qu'une partie de ce qu'elle a écrit, particulièrement le livre *Grassroots of the Prairies*, porte bien la marque de cette honte qu'elle a de sa province d'origine. Ses articles dans *Maclean's* en portent la trace, et c'est à mon avis l'une des raisons pour lesquelles ce magazine n'a pas la popularité qu'il mériterait.

Par conséquent, le contenu de *Maclean's* et de *Saturday Night*, les deux principales publications de la presse populaire de langue anglaise relèvent plutôt de l'esprit de clocher et s'adressent à un public fort restreint. Il faut que tous les Canadiens puissent accéder à une information internationale dont ces deux revues se sont montrées plutôt avares, il faut qu'ils puissent lire les articles les plus soignés sur la situation canadienne. Cette information, je l'ai toujours trouvée dans la section canadienne du *Time*, qui a été étendue récemment, et je m'en réjouis—félicitons à cet égard le gouvernement, car peut-être cette section n'aurait-elle pas grossi sans l'effet de stimulant du projet de loi qui a été présenté. Le gouvernement devrait prendre certaines mesures pour améliorer et étendre l'accès à de bons reportages sur le Canada et le monde en général à l'intention des Canadiens. Je crois que la revue *Time* fait une excellente besogne. Le *Reader's Digest* fournit aussi un aperçu de la situation mondiale qui intéresse les Canadiens.

● (1600)

Examinons nos propres publications. J'ai ici le numéro du 17 novembre de *Maclean's*, le plus récent numéro de cette revue selon la formule modifiée, maintenant bimensuelle en prévision de l'adoption du présent projet de loi. Il est intéressant de voir que plus de 25 pages complètes de cette revue sont consacrées à la publicité en faveur des boissons alcooliques. Je ne partage pas souvent l'avis du premier ministre du Manitoba, mais je l'approuve quand il réclame qu'on abolisse le privilège de compter comme dépense les frais de la publicité en faveur des spiritueux.

Toutefois, je ne saurais dire ce que deviendrait la revue *Maclean's* sans tout son revenu tiré de la publicité. Certes, la publicité faite aux spiritueux représente la plus grande part du revenu de la revue. De ses 92 pages, dont les pages couvertures, plus de 25 sont consacrées exclusivement à la publicité en faveur des spiritueux. C'est un indice du rôle dominant que cette industrie jouera dans la vie future de *Maclean's*. Ce n'est pas une publicité saine, selon moi, et il ne faudrait pas l'encourager; et pourtant, le gouvernement semble vouloir l'encourager en diminuant la concurrence des autres revues.