

Le sénateur ISNOR: Sur ces 750,000, quelle proportion est due à votre publicité? Une estimation suffira.

M. FIELD: Il y a en tout 650,000 demandes de renseignements qui sont directement attribuables à nos annonces, soit que le correspondant nous envoie un coupon ou nous dise sur une lettre qu'il a vu notre annonce dans telle ou telle publication.

M. CÔTÉ: Sur 750,000.

Le sénateur ISNOR: Me permettez-vous d'aller plus loin? Je voudrais obtenir plus de précisions. De ces 650,000 coupons reçus, chacun porte un numéro l'identifiant avec le magazine d'où il provient?

M. FIELD: Quatre cent mille demandes sont sous forme de coupons. Les autres sont des lettres ou des cartes postales. En gros, telle est la proportion.

Le sénateur ISNOR: Je veux aller plus loin pour voir quels résultats vous obtenez. J'ignore depuis combien de temps vous faites cette étude, mais elle devrait vous être très utile l'an prochain pour faire le choix de vos publications.

M. FIELD: Oui monsieur.

Le sénateur ISNOR: Alors, est-ce que vous transmettez ces renseignements à *Stanfield, Johnson and Hill*?

M. FIELD: Ils sont transmis à toutes les agences et font l'objet de longues discussions.

Le sénateur ISNOR: Vous n'avez qu'une agence en plus de *Stanfield, Johnson and Hill*. Je ne sais pas si vous l'avez dit à l'autre endroit pendant l'étude des prévisions de dépenses, et je ne veux sûrement pas faire produire des renseignements qui, peut-être, serviront à des concurrents. Mais avez-vous révélé le montant des honoraires que vous payez à *Stanfield and Hill*?

M. FIELD: Non, monsieur, nous ne l'avons pas fait. C'est le tarif régulier. Toutes les agences de publicité obtiennent 15 p. 100, que les annonces portent sur des automobiles, du savon ou d'autres produits. Puis-je ajouter une précision pour le compte rendu, monsieur? Ce pourcentage, soit la commission versée à l'agence, est versé par la publication. Le gouvernement ne verse aucune commission à l'agence. Si le gouvernement donnait ses annonces directement aux publications sans recourir à des agences, nous ne ferions aucune économie, car nous n'aurions pas droit à la commission.

Le sénateur ISNOR: D'accord. Elles ont 15 p. 100 sur le prix des annonces que vous leur avez confiées l'an dernier.

M. FIELD: Je crois que le total a été de \$1,400,000 l'an dernier. Cette année, le total s'élève à \$1,468,000.

Le sénateur ISNOR: Depuis quand utilisez-vous cette agence?

M. FIELD: Les agences ont été désignées en août 1957. Il y en avait trois à l'époque. Par suite, deux d'entre elles se sont fondues ensemble et nous avons donc deux agences maintenant. Étant donné qu'un groupe est à Montréal, nous nous trouvons à avoir trois groupes de publicitaires à notre service.

Le sénateur ISNOR: C'est-à-dire que *Stanfield, Johnson and Hill* ont un bureau à Montréal et un autre à Toronto?

M. FIELD: Oui.

Le sénateur ISNOR: Mais c'est la même agence?

M. FIELD: Oui.

Le sénateur ISNOR: Et l'autre, *F. H. Hayhurst*, est à Toronto?

M. FIELD: Oui.

Le sénateur ISNOR: Est-elle reliée à la *Stanfield, Johnson and Hill*?

M. FIELD: Non.