

[Texte]

**Mr. Stanbury:** The message is a quotation from a Canadian author, "notre pays est à l'âge des premiers jours du monde", which in English means "perhaps the world is just beginning". It is an expression of feeling for the youth of the country. Let us not overlook the fact that there are two other posters in the series which express other sentiments about Canada, and let us not overlook the sentiment when we look at the picture. The sentiment is that if one knows his neighbour's tongue he possesses the key to his house. In French, "si on connaît la langue de son voisin on possède la clé de sa maison", which is another quotation from a Canadian writer, and it is a whimsical visual expression of this.

The most popular poster of all, which the critics of the program have conveniently ignored, is one which again perhaps some might say is not very respectful of the flag. It includes a heart where the maple leaf would ordinarily be on the flag and a hand making a peace sign coming out of one end of the flag, and the message is "Remember that faith is better than doubt and love is better than hate". In French, "Rappelez-vous que la foi est préférable au doute et que l'amour..."

These are sentiments, I think, which young Canadians find attractive and they find that the method of expressing those sentiments are rather interesting. While we have had—I do not know, perhaps 100 letters concerned about one poster from people, most of whom have not seen it, the fact is that of this series, some 1,300 have been sold already. We think that it will cost the Canadian public nothing in the final analysis.

**Mr. Nowlan:** At the moment, what is the comparison between the expense for the series of three and what you have got in revenue?

**Mr. Stanbury:** The figures have been given in the House. The design costs, overhead and printing for the whole series was \$7,237.25. I cannot give you the exact revenue that has come in, in the first few weeks, but the press run on all three posters was a total of 6,000, and as I mentioned, close to 25 per cent of those have already been sold.

**Mr. Nowlan:** Well, fine.

**Mr. Stanbury:** In case you are interested in buying them, two sell for \$2 each and one for \$1.

**Mr. Nowlan:** Has there been any preference between the three posters?

**Mr. Stanbury:** Yes, the one to which you referred, the one to which many of our correspondents refer, which we call, for the sake of easy designation, Adam and Eve, has sold better than the one which we would refer to as the one on bilingualism, but the best seller of all has been the flag poster.

**Mr. Nowlan:** And there have been 1,300 of these sold to Canadians from coast to coast?

**Mr. Stanbury:** Right.

**Mr. Faulkner:** Do you plan to produce more?

**Mr. Stanbury:** I think we probably will, because it seems to be a means of Canadian—young people particularly...

[Interprétation]

**M. Stanbury:** Le message est une citation d'un auteur canadien: «Notre pays est à l'âge des premiers jours du monde», en anglais, cela voudrait dire: «*The world is just beginning*». C'est l'expression de sentiments pour la jeunesse du pays. Ne négligeons pas le fait qu'il y a deux autres affiches dans la série qui expriment d'autres sentiments au sujet du Canada et ne négligeons pas le sentiment lorsque nous examinons l'image. L'idée exprimée, c'est que si quelqu'un connaît la langue de son voisin, il possède la clé de sa maison. En français on dit: «Si on connaît la langue de son voisin, on possède la clé de sa maison.» C'est une autre citation d'un auteur canadien et c'est une façon expressive de l'exprimer.

La meilleure affiche de toutes, celle que les critiques du programme ont soigneusement ignorée, c'est celle dont on pourrait dire peut-être qu'elle n'est guère respectueuse du drapeau. Il y a un cœur à la place de la feuille d'érable et une main, c'est le signe de la paix, à l'extrémité du drapeau. En anglais le message est celui-ci: «*Remember that faith is better than doubt, and love is better than hate*». En français: «Rappelez-vous que la foi est préférable au doute et que l'amour...»

A mon avis, ce sont des sentiments que les jeunes Canadiens apprécient, et ils trouvent que les méthodes pour les exprimer sont intéressantes. Tandis que nous avons reçu, je ne sais pas, environ 100 lettres au sujet d'une affiche que la plupart des signataires n'avaient pas vue, le fait est que de cette série, environ 1,300 ont déjà été vendues. Nous pensons qu'il n'en coûtera rien au public canadien dans l'analyse finale.

**M. Nowlan:** A l'heure actuelle, quelle est la comparaison entre les frais relatifs à la série de trois, et quel en est le revenu?

**M. Stanbury:** Les frais relatifs à la conception, les frais généraux et d'imprimerie pour toute la série se chiffraient à \$7,237.25. Je ne peux vous donner le revenu exact que nous en avons tiré au cours des premières semaines, mais pour les trois affiches, elles se chiffraient à \$6,000, et comme je l'ai mentionné, près de 25 p. 100 de celles qui ont déjà été vendues.

**M. Nowlan:** Très bien.

**M. Stanbury:** Si vous êtes intéressé à les acheter, elles se vendent \$1 chacune.

**M. Nowlan:** Y a-t-il des préférences entre les trois affiches?

**M. Stanbury:** Oui, celle dont vous parlez, celle qui intéresse bien de nos correspondants et que nous appelons Adam et Ève s'est mieux vendue que celle que nous avons sur le bilinguisme. Toutefois, l'affiche de l'emblème national est celle qui s'est le mieux vendue.

**M. Nowlan:** On en a vendu 1,300 dans tout le Canada?

**M. Stanbury:** En effet.

**M. Faulkner:** Envisagez-vous d'en faire imprimer davantage?

**M. Stanbury:** Je pense que oui, parce qu'il semble que ces affiches aient une certaine signification pour les jeunes Canadiens en particulier,...