

Périodiques non canadiens

Mais quelles sont donc la nature et la portée de cet article 19 de la loi de l'impôt? Il stipule en substance ce qu'il convient d'entendre par magazine canadien et permet aux annonceurs dans ces magazines de déduire le coût de la publicité insérée dans lesdits magazines pour fin d'impôt. L'idée originale était de donner ainsi un coup de pouce à l'industrie canadienne des périodiques en les aidant à motiver les annonceurs qui se trouvent à être leur principale source de revenus.

Mais l'adjonction des sous-paragraphes (2) et (4) dilue l'article 19 à un point tel que celui-ci a perdu sa valeur de stimulant. Ces exceptions au principe général prévoient que certains périodiques étrangers seront considérés à toute fin que de droit et dans le cadre général de l'article 19 comme des périodiques canadiens et qu'ils pourront faire bénéficier leurs annonceurs de la déduction fiscale. Le bill C-58 vise justement à redonner sa pleine valeur de stimulant de l'industrie canadienne à l'article 19 en omettant les paragraphes (2) et (4). L'objectif est louable, et comme il est difficile de justifier un privilège exorbitant du droit commun pour le bénéfice de quelques particuliers, il est à mon avis encore plus difficile de défendre et justifier la rétention d'un tel privilège, surtout lorsqu'il s'exerce au détriment de l'industrie locale.

L'idée principale à laquelle a tenté de nous perméabiliser le lobby de *Reader's Digest* était la suivante: Ce périodique étant un bon Canadien, comme employeur, investisseur et aussi comme véhicule culturel, il était impensable de le pénaliser ainsi puisqu'il était devenu à toute fin pratique canadien. Je me permettrai de balayer du revers de la main ce premier argument, rétentionniste—si je puis m'exprimer ainsi—et je dois dire que dernièrement *Reader's Digest* a effectivement abandonné lui aussi cet argument, se dissociant ainsi de *Time*—par un syllogisme très simple. Si le *Reader's Digest* est bel et bien un périodique étranger—américain en l'occurrence—aucun argument ne pourra me convaincre qu'il s'agit là d'une entité canadienne valable et distincte, et donc, il n'y a aucune raison pour perpétuer un anachronisme qui a déjà fait trop de tort à nos propres intérêts. Donc, le privilège en question n'est qu'un «loophole» fiscal dont bénéficient à la fois le magazine et les annonceurs et qu'il nous faut fermer le plus rapidement possible. Si, d'autre part, *Reader's Digest* est bel et bien *facto* une entité canadienne, à ce moment-là, il entre dans le cadre général de l'article 19 et il n'a besoin d'aucun privilège particulier pour lui permettre d'agir conformément à la loi générale et être ainsi sur le même pied que les autres magazines canadiens, et concurrencer avec eux, avec les mêmes armes.

Donc, d'une façon ou d'une autre, l'abrogation du privilège est non seulement souhaitable mais nécessaire à l'exercice de la libre entreprise si chère à mes collègues de l'opposition et à moi aussi, je ne le vous fais pas dire.

● (2150)

J'ai mentionné à plusieurs reprises le magazine *Reader's Digest* et seulement celui-là. C'est que pour moi c'est la seule entité qui mérite une attention particulière dans ce débat, *Time* n'étant pas canadien, n'étant pas en passe de le devenir et n'étant surtout pas intéressé à se «canadianiser».

[M. Lachance.]

Donc, dans le cas de *Time* qui est le deuxième périodique d'importance touché par le bill C-58, non seulement l'abrogation du privilège fiscal est souhaitable, non seulement elle est nécessaire, mais elle coule de source et est, à mon sens, incontestable moralement et économiquement.

Mais pour *Reader's Digest* la situation est fondamentalement différente, il faut bien l'admettre. Je voudrais mentionner quelques-uns des éléments qui font, et certains de mes collègues l'ont explicité de façon très articulée avant moi, de *Reader's Digest* une entité comment dirais-je, presque canadienne pour ne pas dire presque québécoise.

Reader's Digest a 460 employés au Québec et donne de l'emploi indirectement à plus de 1,000 autres Québécois; 60 p. 100 du revenu annuel est dépensé au Québec, soit environ \$18 millions; quatre des six administrateurs sont québécois; chaque mot imprimé dans ses deux éditions canadiennes est vu, revu ou rédigé par ses rédacteurs à Montréal; 8 millions de dollars sont investis au Québec, et j'en passe des meilleures.

A la lumière de ces renseignements, qu'est-ce donc qui empêche *Reader's Digest* de répondre aux critères établis à l'article 19 de la loi de l'impôt sur le revenu?

Pour solutionner le dilemme, il nous faut retourner aux sources, c'est-à-dire à l'article 19 et examiner chaque critère d'appréciation pour voir en quoi *Reader's Digest* s'y conforme ou non.

On nous parle de contrôle de la politique éditoriale. A cet égard, et même si on pouvait se chicaner longtemps et si seuls les tribunaux étaient à même de trancher définitivement, il y a lieu, je pense, de donner le bénéfice du doute à *Reader's Digest* qui affirme à cor et à cri, par la voix de ses administrateurs, que le magazine exerce au Canada son activité tout entière, qu'il s'agisse du choix de la politique à suivre, de l'édition ou des mécanismes de diffusion.

On nous parle aussi de «beneficial ownership». *Reader's Digest* a déjà clairement indiqué que, pourvu qu'on lui donne un certain délai pour réorganiser sa structure financière, il pourra éventuellement se conformer à l'exigence des 75 p. 100. On nous parle aussi de contenu canadien et de publication sous licence, et c'est là que les choses cloquent, car *Reader's Digest*, avec toute la bonne volonté du monde, ne pourra jamais se conformer à cette troisième exigence de par la nature même de ses publications.

Ici il faut s'arrêter quelques instants et réexaminer le statut de ce magazine.

Supposons quelques minutes qu'il soit étranger. Certains journalistes nous ont accusés de vouloir restreindre la circulation des idées en voulant expulser les magazines qui font présentement l'objet du privilège spécial de 19 b). N'est-ce pas là pousser les choses un peu loin? Notre intention n'est pas d'expulser ces magazines. Ils peuvent se conformer à la loi en remplissant les conditions mentionnées à la partie 19 et devenir des magazines canadiens. Ou bien, comme des centaines d'autres publications étrangères fort populaires au demeurant qui ne bénéficient d'aucune largesse du gouvernement, ils peuvent par leur tirage obtenir malgré tout des revenus de publicité et circuler au Canada, de sorte qu'aucun Canadien ne sera privé du droit de les lire. Ceci vaut pour les magazines étrangers, *Time*, par exemple.