

Le sénateur Petten: Selon l'article 32, la concurrence est grande entre les publications d'affaires au Canada. Est-ce vrai de grandes maisons d'édition telles Maclean-Hunter et Southam? Ces publications rivalisent-elles vraiment entre elles?

M. Glassford: A l'intérieur comme à l'extérieur.

Le sénateur Petten: Bien, que se passe-t-il dans le domaine de la publicité?

M. Glassford: C'est là que la concurrence est la plus vive.

Le sénateur Petten: Prenons le cas, par exemple, de Maclean-Hunter. Si vous faites de la publicité pour les publications de cette société, une seule agence s'en charge-t-elle?

M. Glassford: Non, la société est sollicitée par des vendeurs.

Le sénateur Petten: Des vendeurs pour chacune des publications?

M. Glassford: Oui.

Le sénateur Petten: Voici une question que j'aurais dû vous poser un peu plus tôt. Lorsqu'il y a opposition d'intérêts entre deux industries données, les rédacteurs en chef des revues spécialisées dans ces secteurs de production prennent-ils parti?

M. Glassford: Oui, très souvent.

Le président: Pourriez-vous donner des exemples?

M. Verronneau: Je peux vous citer un cas qui remonte à quelques années: ce n'était pas l'une de nos publications. Le rédacteur en chef d'une revue torontoise appartenant au groupe Maclean-Hunter, prit position dans une controverse à propos de la situation au Québec. Le rédacteur de la revue française réfuta son point de vue et c'est ainsi que vous aviez deux publications de la même entreprise dont les rédacteurs pouvaient exprimer des vues différentes ou du moins se sentaient libres de le faire.

Le sénateur Petten: J'admets que ce soit possible, mais dans le cas de deux publications d'une province donnée, l'Ontario par exemple, défendraient-elles des points de vue différents en cas de conflit entre deux industries de cette province?

M. Keepe: Eh bien, à ma connaissance, les rédacteurs de notre compagnie n'ont jamais été invités à adopter un point de vue uniforme dans leurs articles.

Le président: Avant de passer à autre chose, il a été dit au cours de ces audiences que de toute façon vous n'aviez pas besoin de directives, du moins pas de directives écrites, que vous sauriez automatiquement, comme par osmose, qu'il ne faut pas contredire la

politique rédactionnelle d'une publication soeur. Et vous pensez, je présume, que c'est faux?

M. Glassford: Absolument.

Le président: Voudriez-vous nous donner un exemple?

M. Glassford: Il ne m'en vient pas, un à l'esprit. J'ai sûrement livré bataille à des publications concurrentes, mais il se trouve que je ne l'ai jamais fait avec une revue de notre maison.

Le sénateur Petten: L'article 52 dit que «les revues d'affaires des États-Unis qui inondent le Canada constituent un problème pour la presse canadienne des affaires.» Si l'on juge d'après les articles 53 et 54, ce problème ne vous inquiète pas outre mesure. Les messieurs qui vous ont précédé ici semblaient, eux, très inquiets. Croyez-vous qu'on devrait contenir ce flot?

M. Glassford: Personnellement, je suis parfaitement d'accord avec la position des revues d'affaires. Il n'est guère souhaitable que nous subventionnions, par le biais de nos tarifs postaux, les publications américaines sur votre marché.

Le sénateur Petten: Pourtant votre mémoire ne le mentionne pas.

M. Glassford: Non.

Le sénateur Petten: C'est ce que semble indiquer les paragraphes 53 et 54, c'est pourquoi j'ai posé la question. L'un de vos pairs aurait peut-être quelque chose à dire là-dessus?

M. Kay: Je crois que peut-être dans notre mémoire nous avons mis l'accent principalement sur la propriété rédactionnelle et, au point de vue rédactionnel, je ne crois pas que les publications canadiennes se laissent damer le pion ou qu'elles se soucient trop de la concurrence américaine. Notre mémoire n'a pas exprimé d'inquiétude particulière sur l'aspect financier de nos publications.

Le président: Qu'est-ce qui distingue le journalisme des affaires du journalisme général?

M. Glassford: Il se dissèque différemment.

Le président: Et pouvez-vous nous expliquer sous quel aspect?

M. Glassford: Il est beaucoup plus technique, beaucoup plus engagé dans l'économique et la finance que ce que l'on trouve dans un cours normal de journalisme. En effet, et je crois que ce peut être un signe—j'ai remarqué, ces toutes dernières années, cette tendance dans notre recrutement—il semble qu'on s'oriente vers une plus vaste culture générale plutôt que vers le journalisme général en raison du besoin d'une plus grande formation.