

faciliter, du point de vue administratif, certaines opérations de routine. Quand ce pouvoir aura été délégué, un maître de poste à Orillia ou à Shippegan, en Nouvelle-Écosse, pourra attester de la déclaration d'un requérant qui aura perdu un mandat de poste ou encore, s'il veut faire une réclamation aux termes de la loi sur les faillites au nom du bureau de poste et en saisir un syndic, il sera autorisé à faire une déclaration écrite et sous serment. C'est un simple changement d'ordre administratif qui diminuera la frustration et améliorera l'administration.

L'hon. M. Hees: L'honorable représentant pourrait-il répondre à ma question? Je lui ai demandé pourquoi les journaux devaient payer 15c. la livre pour les annonces, et pas les magazines; c'est, a répondu le ministre, que les journaux ne font pas face à une concurrence aussi vive que les revues. N'estime-t-il pas qu'il y a une vive concurrence entre le *Star* et le *Telegram* de Toronto, par exemple, ou entre le *Citizen* et le *Journal* d'Ottawa, qui se battent avec acharnement les uns contre les autres?

L'hon. M. Kierans: Mais ces journaux paient tous 15c.; aucun d'eux n'est donc désavantagé.

L'hon. M. Hees: Tous les journaux canadiens ne se battent-ils pas avec acharnement contre les stations de radio et de télévision pour la clientèle des annonceurs?

L'hon. M. Kierans: Nous ne transportons pas les messages de radio ou de télévision. Mais nous transportons des journaux qui pèsent parfois jusqu'à une livre, et pour lesquels nous obtenons aussi peu qu'un tiers de cent. (*Applaudissements*)

L'hon. M. Hees: Je demande de nouveau au ministre si, à son avis, la concurrence que doivent soutenir les revues canadiennes est aussi vive que celle qui existe dans le domaine de la publicité entre les quotidiens d'une part et la radio et la télévision de l'autre? La réponse, évidemment, est non.

M. Woolliams: Puis-je poser au ministre une question qui découle de ce qu'il a dit tantôt? Il a parlé d'une subvention aux propriétaires de journaux et il a donné une définition du mot subvention. N'est-il pas juste de supposer que la subvention n'est pas vraiment versée aux propriétaires de journaux mais qu'en réalité ce sont les consommateurs qui sont censés en bénéficier? Si l'on accorde vraiment une subvention, ce sont les abonnés aux quotidiens ou aux hebdomadaires qui en bénéficient. C'est l'argument de

certains des grands quotidiens et hebdomadaires canadiens. Le ministre n'est-il pas d'accord?

L'hon. M. Kierans: Non, je ne suis pas d'accord. En fait, nous distribuons actuellement un journal dont la livraison coûte 6.81c., et nous recouvrons moins de 1c. Nous ne demandons qu'un minimum de 2c., ce qui laisse une subvention de 39 millions de dollars pour toute la catégorie. Si les journaux décident de la faire payer par leurs lecteurs, c'est leur responsabilité. Je ne sais pas ce qu'ils vont faire.

Je pourrais faire remarquer que, lorsque nous allons acheter un journal, nous payons 10c. le numéro alors qu'un abonné ne payerait que \$10, \$12 ou \$13 par an. C'est une politique qu'ont adoptée les journaux pour accroître leur tirage, afin d'augmenter les tarifs de leur publicité. S'ils veulent continuer, c'est leur affaire. Mais il m'incombe à moi de m'assurer que nous imposons un tarif correspondant au service que nous rendons.

Si le député veut soutenir que les journaux ont simplement répercuté cet avantage et que nous devrions donc continuer à imposer ces tarifs peu économiques parce que ce sont les consommateurs qui en bénéficient, alors pourquoi les services postaux devraient-ils imposer un tarif quelconque? Pourquoi même devrait-il y avoir une politique des prix?

L'hon. M. Hees: Le ministre a répondu à ma première question en disant que les revues se heurtent à une concurrence beaucoup plus forte dans le domaine de la publicité que les journaux du Canada. Je lui pose la question: estime-t-il que les quotidiens ont à faire face à une concurrence moins vive de la part de la télévision et de la radio que les revues canadiennes qui luttent avec celles des États-Unis?

L'hon. M. Kierans: L'argent consacré à la réclame est réparti de différentes façons. Ce qui a changé au Canada, c'est qu'une plus grande partie en est désormais consacrée à la radio et la télévision, au détriment des journaux, des magazines et du courrier de troisième classe. La situation n'est pas la même pour les magazines et les journaux quotidiens. Tout comme les journaux, les magazines doivent lutter pour obtenir leur part de l'argent consacré à la réclame. La situation s'est toutefois améliorée, et le bill sera, tout compte fait, vraiment favorable aux revues en raison des changements du courrier de troisième classe auxquels les annonceurs devront penser: combien de mes fonds de réclame vais-je