

M. Marchand: Non, pas nécessairement.

Le président: Bien, comment cela se passe-t-il alors?

M. Marchand: Bien, dans plusieurs de nos maisons ici, quelques membres de la haute direction ont été des rédacteurs de plein droit et ont gravi les échelons.

Le président: Bien, ceux-là ne sont-ils pas les exceptions à la règle?

M. Marchand: Non, pas réellement les exceptions. Pas en ce sens. Il peut y en avoir un sur cent.

Le président: Alors les rédacteurs ne sont d'aucune façon des citoyens de deuxième ordre?

M. Marchand: Bien, nous aimons croire que non.

Le président: Bien, je le leur demanderai quand ils se présenteront devant nous—généralement dans la presse d'affaires, qui gagne le plus d'argent, le rédacteur ou le gérant de la publicité?

M. Marchand: Bien, parfois le rédacteur et parfois le gérant de la publicité.

Le président: Mais, en général?

M. Marchand: Bien, très souvent le gérant de la publicité—bien je ne sais pas.

Le président: Je suis un ancien vendeur de publicité...

M. Marchand: Je ne peux pas dire. Il m'est difficile de répondre à cela, mais je dirais qu'en général, ils ne sont pas très loin l'un de l'autre.

M. Joel: Il m'est assez facile de répondre à cela.

Le président: Bien, voudriez-vous le faire alors?

M. Joel: Le rédacteur aujourd'hui gagne plus d'argent que le représentant en publicité. Je dirais qu'il gagne à peu près autant ou peut-être moins—je parle du rédacteur—que celui que nous appelons, dans la plupart des compagnies membres, le gérant de la publicité, qui se trouve à un échelon plus haut.

Le président: Bien, prenons une de vos publications comme exemple. Prenons—laissez-moi en choisir une au hasard ici—«*Sporting Goods News*». Connaissez-vous cette publication?

M. Marchand: Non.

Le président: Bien, ce que je cherche à savoir réellement, c'est combien de personnes peuvent vendre de la publicité pour cette publication?

M. Joel: Peut-être une ou deux, s'il m'est permis de deviner.

Le président: Bien, il y aurait un gérant de la publicité et un vendeur de publicité et un rédacteur et cela constituerait l'équipe, n'est-ce pas?

M. Joel: Non, tel ne serait même pas le cas, même pour cette publication particulière. S'il s'agissait d'une petite compagnie, vous y trouveriez probablement un gérant général faisant aussi office de directeur de la rédaction ou de directeur de la publicité, selon le cas. S'il s'agissait d'une des publications d'affaires de Maclean-Hunter ou de Southam National, la situation pourrait être différente.

Le président: Bien, prenons *Canadian Forest Industries*—c'est une de vos publications?

M. Joel: Oui.

Le président: Pour *Canadian Forest Industries*, il y aurait un rédacteur?

M. Joel: Il y aurait un rédacteur et un rédacteur adjoint et un assistant de rédaction dans ce cas-là—une équipe à temps plein de trois.

Le président: Et combien de personnes compte l'équipe de la publicité?

M. Joel: Du côté de la publicité, il y aurait un gérant de la publicité et un vendeur de publicité.

Le président: Maintenant, ce gérant de la publicité vendrait-il de la publicité pour d'autres publications de la chaîne Southam?

M. Joel: Bien, sa responsabilité pourrait s'étendre en fait à deux publications, mais en règle générale, je ne crois pas.

Le président: Le vendeur de publicité aurait peut-être une telle responsabilité cependant?

M. Joel: Non, il ne l'aurait pas. Il ne serait responsable que de cette seule publication. Cela est la règle générale, bien sûr.

Le président: Bien, je ne veux pas prolonger cette discussion parce que j'aborde sans doute des questions dont je m'entretiendrai demain avec les autres compagnies, et je sais que l'Association des rédacteurs de la presse d'affaires nous attend.

M. Fortier, avez-vous une dernière question à poser?

M. Fortier: Je me sens forcé de demander ceci, et je n'essaie absolument pas d'être mesquin ou pointilleux, mais après avoir écouté pendant deux heures et ayant lu le mémoire, j'aimerais savoir quel rôle vous jouez en tant qu'Association. En d'autres mots, le secteur des publications d'affaires serait-il moins bien portant si vous, comme Association, veniez à disparaître?

M. Marchand: Bien, nous le croyons.