

Périodiques non canadiens

● (1530)

Il ne faut pas penser uniquement aux publications à fort tirage—*Maclean's*, *Saturday Night* et *Chatelaine*. Ces revues sont sans doute importantes—en fait, le rétablissement du *Saturday Night* est un pas dans la bonne direction. Mais cette publication a été reprise lorsque la mesure à l'étude figurait encore au *Feuilleton*. En effet, les éditeurs ont signalé que le bill C-58 n'a pas réellement d'importance pour eux,—que la survie de cette revue n'est pas réellement en jeu et ne dépend pas de l'adoption du bill C-58. Quoi qu'il en soit, je ne crois pas que le projet tendant à établir une revue d'actualité vraiment canadienne, comme on l'envisage, ne dépend pas réellement de l'adoption du bill C-58.

Je rappelle au ministre que je ne parle pas de politique positive en nouveau venu dans ce domaine. Je ne suis pas novice dans le monde de l'édition. Quand je réclame une politique positive au lieu des termes actuels du bill C-58, je reviens en réalité à l'assaut, cette fois dans le rôle différent de député, pour répéter au gouvernement ce que j'étais venu dire à Ottawa en 1968, à titre de directeur de la Canadian Church Press.

La Canadian Church Press est une association canadienne qui englobe 25 publications d'un tirage total de plus d'un million. Ce n'est qu'une parmi de nombreuses associations professionnelles représentant diverses catégories de publications. D'autres sont de caractère éducatif, scientifique ou agricole.

Nous sommes venus à Ottawa en 1968, un peu affolés, parce qu'à ce moment-là, le ministre des Postes, M. Eric Kierans, soumettait à la Chambre un bill visant à hausser le tarif postal. Selon M. Kierans, les Postes devaient être rentables et, pour diminuer le déficit, il fallait restreindre les privilèges du courrier de deuxième classe dont bénéficiaient les publications comme celles que j'ai décrites.

Nous sommes venus présenter un mémoire au ministre des Postes. Je ne lui demande pas aujourd'hui de répondre des actes de M. Kierans à l'époque où c'est lui qui était ministre des Postes, mais je veux lui faire comprendre que les tarifs postaux pour les publications canadiennes sont beaucoup plus importants pour la survie et l'encouragement de ces publications que ne l'est le bill à l'étude sur le *Time* et le *Reader's Digest*. Par conséquent, lorsque je viens exposer les fondements d'une politique positive, je tiens à assurer au ministre, en toute modestie, que je sais de quoi je parle.

A l'époque, j'étais rédacteur en chef et directeur d'une publication religieuse qui cherchait à répondre à un besoin social et communautaire dans l'Ouest du Canada. Cette publication a gagné de nombreux prix internationaux. Je n'essaie pas de dire qu'elle s'inscrit dans la classe ou la catégorie du *Reader's Digest*, mais nous contribuons à notre façon au renforcement de la nation. Lorsque nous sommes venus ici en 1968, nous nous sommes heurtés aux décisions irréductibles du cabinet exprimées par M. Kierans.

Je veux lire quelques passages de notre mémoire parce qu'ils sont encore d'actualité, même plus que jamais, car ce que nous avions prédit en 1968 s'est produit à cause des actes sans précédent que le gouvernement fédéral a commis à cette époque et de l'absence d'une politique de l'édition qui reconnaisse les répercussions des tarifs postaux sur les publications. Voici ce que nous disions:

Le gouvernement canadien reconnaît depuis longtemps le rôle important de la presse religieuse au Canada, en tant que moyen d'enseignement pour le bien commun. Les publications religieuses ont toujours

bénéficié d'un tarif postal préférentiel (¼c. la livre de moins que les autres revues), de même que les publications scientifiques et agricoles.

La presse religieuse travaille pour une bonne cause: ce n'est pas un investissement rentable. Toutes nos publications fonctionnent avec très peu de moyens financiers ou accusent un déficit épongé par l'Eglise qui la soutient ou quelque organisme religieux. La publicité qui paraît dans nos revues provient en majeure partie d'organismes rattachés à l'Eglise, même si certaines d'entre elles essaient par tous les moyens de s'attirer des annonces publicitaires dans la mesure où leur budget restreint le leur permet.

Comme vous le savez sans doute, au Canada les publications religieuses ne se vendent pas dans les kiosques à journaux. Certaines de nos publications affiliées ont essayé de mettre leurs revues en vente dans les kiosques, mais sans succès. Nos publications sont donc presque entièrement diffusées par la poste.

● (1540)

Il y a donc lieu de craindre que certains périodiques ne disparaissent si les hausses de tarif pour les objets de la deuxième classe grevaient outre mesure les budgets de l'édition.

Je suis revenu là-dessus pour faire voir qu'à l'époque, le gouvernement ne voulait même pas conserver les tarifs spéciaux pour revues non spécialisées pour leur permettre de survivre. S'il l'avait fait alors, il aurait grandement aidé les périodiques canadiens, qui commençaient déjà en 1968 à subir les atteintes de l'inflation.

Je me souviens fort bien d'avoir soutenu ce point de vue auprès de M. Kierans. Mais il ne pouvait concevoir la poste autrement que comme une grande entreprise commerciale, comme une entreprise qui doit être rentable. Tout de suite après, un bill a été adopté, et le gouvernement a supprimé le tarif préférentiel des périodiques spécialisés dont j'ai parlé. L'augmentation a varié de 1½ à 3c. la livre dans le cas du tarif magazine. Ce bill, désigné bill C-116, a donc porté de 3c. à 5c. la livre le prix du transport. Pis encore, il a institué un prix plancher de 2c. par objet de correspondance.

A elle seule, cette décision a mis en difficulté de nombreuses publications spécialisées qui cherchaient à enrichir la vie canadienne, et il en a fait disparaître plusieurs. Je rappelle ces faits non pas pour critiquer, mais pour signaler au ministre que je sais trop bien ce qui est arrivé. Je lui demande si c'est en supprimant un avantage fiscal accordé à *Time* et à *Reader's Digest* qu'on va régler les problèmes.

Je dis que non, car les revues et les publications dont j'ai parlé ne dépendent pas pour leur survie de la publicité à grand tirage destinée aux consommateurs. En fait, il suffit de regarder les principales revues canadiennes conçues en fonction des consommateurs pour s'apercevoir qu'elles s'en tirent très bien avec la publicité canadienne. Mais ce que ces revues soutiennent, tout comme les publications de moindre importance, c'est que les tarifs postaux sont en train de les faire mourir, tout comme d'ailleurs la médiocrité du service et les retards dans la livraison.

Il faudrait donc, outre une attitude positive à l'égard des publications canadiennes, une certaine amélioration des services fournis à celles-ci par le ministère des Postes, avec l'entente que les publications canadiennes qui s'efforcent d'enrichir la vie canadienne ne peuvent pas et ne doivent pas payer pour les services qu'elles obtiennent du ministère des Postes. Ce ministère qui a été conçu pour servir la population canadienne, devrait aussi servir l'industrie de l'édition au Canada.