

librement—et la balance par l'entremise d'agences. L'agence est un facteur négligeable.

J'explique le facteur négligeable, d'abord. Les agences sont généralement des personnes à la retraite qui vendent à leurs parents et amis, et ne représentent qu'un pourcentage très faible de notre tirage. Nous ne vendrons pas porte à porte et la raison en est que nous désirons protéger notre réputation.

D'autres éditeurs, pour ne pas en nommer, car il s'agit d'une méthode très répandue dans l'industrie de l'édition, utilisent des méthodes autres qui rapportent de 35 à 50 p. 100 de leur tirage global, que nous n'utilisons pas et que nous pouvons appeler vente de porte à porte. La raison pour laquelle nous n'utilisons pas cette méthode, comme je l'ai dit, est que nous ne pourrions protéger notre réputation. Nous n'avons jamais utilisé cette méthode et n'en avons pas l'intention.

Une deuxième raison est que cette méthode est la plus onéreuse de toutes. Puis-je citer un exemple?

Sénateur Prowse: Oui.

M. Zimmerman: Il s'agit d'une hypothèse, mais les chiffres sont assez véridiques pour appuyer ce raisonnement. Si nous expédions une offre à de nouveaux abonnés et qu'ils l'acceptent, l'abonnement sera renouvelé la fois suivante, dans peut-être un an ou deux, à un pourcentage élevé—de l'ordre de 60 pour cent au minimum. Cependant que si vous vendez de porte à porte, d'après notre expérience, le taux de renouvellement pourrait être aussi faible que 25 pour cent. Il n'est pas nécessaire d'être un grand homme d'affaires pour comprendre qu'il s'agit d'une méthode coûteuse pour obtenir un tirage.

Il y a aussi un détail. Pour l'abonnement original obtenu de porte à porte, il peut vous en coûter 2 pour cent, peut-être 10 pour cent; ce qui veut dire que vous retirez moins d'argent que le soi-disant abonné a déboursé. Ceci s'explique par la commission élevée payée à ceux qui sollicitent de porte à porte. Tandis que pour nous, en moyenne, il nous en coûte beaucoup moins pour obtenir un abonnement que ce qu'il rapporte et j'ai utilisé le multiplicateur 2.5. Vous pouvez comprendre facilement, qu'à notre point de vue, il ne s'agit pas là de la méthode la plus efficace pour obtenir des abonnements, en regard du revenu sur un investissement.

Sénateur Prowse: Une chose que j'avais en tête était le souvenir qu'un nombre de revues et périodiques au Canada, pendant une période de temps...

Le président: Excusez-moi, sénateur Prowse. Je crois que quelqu'un désire que vous parliez plus fort.

Sénateur Prowse: Je suis désolé—ont utilisé des vendeurs de porte à porte et découvert que pour éviter des complications, il devaient leur donner 100 pour cent des recettes. En d'autres termes, le vendeur de porte à porte enregistre des abonnements et expédie la liste—probablement pour s'éviter des ennuis. Cependant, même s'ils doivent faire parvenir de l'argent de temps à autre, ils négligent de le faire. Êtes-vous aussi au courant de cette situation?

M. Zimmerman: Bien, je suis probablement au courant de ces méthodes et du coût élevé des abonnements, mais je ne puis parler d'expérience personnelle sur ces relations de vendeurs à éditeurs. Nous n'avons aucune expérience.

Sénateur Prowse: Quel serait le pourcentage de revenu de vos ventes sur vos envois d'offres d'abonnement?

M. Zimmerman: Désolé, sénateur, je ne comprends pas.

Sénateur Prowse: Je veux dire que si vous me faites parvenir une offre d'abonnement à *Reader's Digest*...

M. Zimmerman: Oui.

Sénateur Prowse: Vous les expédiez; à peu près combien de celles-ci expédieriez-vous annuellement...

M. Zimmerman: Vous voulez dire le pourcentage des réponses, sénateur?

Sénateur Prowse: Oui.

M. Zimmerman: Puis-je vous demander d'être compréhensif. Nous considérons ces données comme étant essentielles pour notre entreprise et d'une nature très confidentielle.

Sénateur Prowse: D'accord.

M. Zimmerman: Je ne m'objecterai pas d'en discuter à huis clos.

Le président: Le témoin accepterait peut-être de nous faire parvenir sa réponse dans une note confidentielle, après l'audience?