

La première question qui se présente, je suppose, est celle de savoir si cette mesure va être d'un secours quelconque à l'édition canadienne dans son ensemble. D'autres députés ont parlé, je le répète à l'intention du ministre, des résultats d'une enquête effectuée par le groupe Canada Facts. Le sondage a révélé qu'en janvier 1975, les directeurs de maisons de publicité canadiennes estimaient que la suppression de l'avantage fiscal pour la publicité dans *Time* et *Reader's Digest* ne favoriserait pas sensiblement l'industrie de l'édition du Canada. Il semble que seulement 19 p. 100 des recettes que permettra la mesure profiterait à l'industrie de l'édition du Canada. En outre, 58 p. 100 de ce pourcentage irait à la MacLean-Hunter Publications qui contrôlerait alors, de fait, environ la moitié des recettes publicitaires de l'édition. A l'heure actuelle, elle en contrôle 42 p. 100.

● (1640)

J'ai déjà dit que la plupart des revues profiteront donc bien peu de la mesure projetée par le ministre. C'est ce que j'affirme, même si le ministre prétend que ce sont les petites revues spécialisées qui constituent le vrai problème de l'édition. Le sondage effectué par Canadian Facts a montré qui profiterait de la mesure, mais je m'en voudrais de laisser entendre qu'il y a quelque chose de sinistre là-dessous. Il y a un instant, un député m'a demandé qui avait chargé l'association d'effectuer le sondage. J'espère qu'il pourra citer d'autres chiffres à ce sujet. Je suis prêt à l'écouter. Selon moi, ce sont là des faits que nous ne pouvons passer sous silence.

J'aimerais signaler aux députés une lettre signée par T. Peters et publiée il y a quelque temps dans la *Gazette* de Montréal. A mon avis, M. Peters explique très bien la situation de la MacLean-Hunter, l'une des plus grandes maisons d'édition du Canada et peut-être la seule qui bénéficiera vraiment de la mesure. Voici ce que dit la lettre:

Par exemple, qu'arrivera-t-il à l'industrie des revues du Canada? D'abord, à l'heure actuelle, le tirage des revues de la Magazine Association of Canada est d'environ 5.6 millions d'exemplaires, tandis que le tirage des revues américaines (qui ont un tirage de plus de 40,000 exemplaires) au Canada est d'environ 9,000 exemplaires de moins. C'est peu, mais au moins, leur tirage est moins élevé que celui des revues canadiennes. Si l'on élimine *Time* et *Reader's Digest*, qui font partie de la MAC, cela fait un tirage de 3.6 millions d'exemplaires pour les revues de la MAC et de 7.6 millions d'exemplaires pour les revues américaines sur le marché. Au cours des années, ces deux publications, qui ont un tirage d'environ deux millions d'exemplaires, ont gagné bien des lecteurs fidèles et continueront à fournir à leurs abonnés des exemplaires postés aux États-Unis. Ainsi comme vous pouvez le voir, l'industrie canadienne des périodiques, loin de croître, va perdre de l'importance. Il y aura deux millions de Canadiens de plus qui liront les éditoriaux américains et regarderont la publicité américaine. Et quels seront les effets de ce déséquilibre sur la portée de la publicité des sociétés canadiennes?

Et dans le passage suivant, je pense qu'il présente très bien le point de vue de ceux qui se préoccupent de l'industrie canadienne des périodiques:

Le Canada a besoin d'une industrie des périodiques assez forte pour concurrencer efficacement les autres media. Sans ces deux publications qui appuient financièrement la MAC et financent presque toutes les recherches pour l'industrie des périodiques, l'avenir est sombre.

Voilà, à mon sens, une vision modérée des répercussions à long terme de la présente mesure sur l'industrie canadienne. Que le ministre nous dise si l'intention du gouver-

Périodiques non canadiens

nement est de favoriser le Canada. Est-ce sa véritable intention ou compte-t-il stimuler certaines de nos nouvelles publications comme il l'a dit dans son discours. Je voudrais qu'il nous montre comment les choses vont se passer. Je voudrais que le ministre produise une étude nous indiquant comment cela va arriver. Canadian Facts, au moins, a produit un rapport. On mettra peut-être en doute la justesse de ces données. Je dirai que moi-même je n'y souscris pas nécessairement sans réserve, mais au moins c'est le résultat d'un effort pour analyser les répercussions de la loi à l'étude. Le ministre a le devoir d'examiner ces choses.

Je voudrais maintenant aborder les aspects restrictifs du bill. Le ministre n'a pas su voir dans la pratique, comment ils devaient s'appliquer aux deux publications. Je doute qu'il y ait un seul des députés qui ont pris part au débat jusqu'ici qui seraient prêts à prétendre que le *Time* et le *Reader's Digest* sont dans la même situation quant à leur influence sur les Canadiens et même sur le public du monde entier. L'engagement et la contribution économiques de *Reader's Digest* au Canada sont tellement plus considérables que ceux du *Time* qu'il n'est pas la peine de l'expliquer. Son chiffre d'affaires au Canada s'élève à 30 millions de dollars. Au moins 90 p. 100 de l'ensemble des recettes reste au Canada. Le total des immobilisations au Canada s'élève à 8 millions de dollars.

Le *Reader's Digest* du Canada fournit des emplois à 1,000 personnes, exception faite des 500 autres directement à son service au Canada. Il fait affaire avec les fournisseurs canadiens. Il a fait un apport important à la technologie de l'édition au Canada. Il imprime au Canada depuis 1943 et publie sa revue dans les deux langues officielles. Pour ce qui est des actions, au moins 32 p. 100 sont offertes aux Canadiens. Comme le député de Cochrane l'a signalé, les Canadiens éminents qui font partie du conseil d'administration de la société n'associeraient pas leur nom à une entreprise frauduleuse ou à tout ce qui pourrait porter atteinte au grand public canadien. Leur présence au sein de ce conseil d'administration indique nettement que la revue a fait de véritables efforts pour acquérir une entité canadienne, grâce à sa contribution culturelle au pays. C'est une contribution culturelle qui l'emporte infiniment à mon avis, sur celle de *Time*. Ce sont des revues différentes, dont les buts sont différents. L'information de *Time* a beaucoup plus d'envergure que celle du *Reader's Digest* et elle est beaucoup plus actuelle. C'est surtout une revue d'information.

J'ai signalé que le *Reader's Digest* est publié en deux versions distinctes au Canada, en anglais et en français. J'ai signalé que cette revue compte environ 80 rédacteurs canadiens, un personnel de soutien et environ 80 autres pigistes canadiens. Depuis 1960, 140 écrivains ont publié dans la revue. Le fait que *Reader's Digest* est publié dans de nombreuses langues et fournit aux écrivains l'occasion d'être lus en diverses langues dans le monde, lui confère une place spéciale dans nos cœurs et nos esprits. Nous devons en tenir compte durant l'étude de cette mesure et nous demander si le gouvernement ne commet pas une erreur fondamentale peut-être pas en principe, en cherchant à éliminer le traitement spécial, mais en plaçant ces deux publications sur le même pied et en les traitant de la même manière.