

LE SÉNAT

Le jeudi 1^{er} avril 1993

La séance est ouverte à 14 heures, le Président *pro tempore* étant au fauteuil.

Prière.

[Traduction]

DECLARATIONS DE SENATEURS

LES ANCIENS COMBATTANTS

LA BRAVOURE ET LE MÉPRIS—DEMANDE DE RÉPONSE AU RAPPORT

L'honorable Jack Marshall: Honorables sénateurs, je prends la parole pour citer un extrait des *Débats du Sénat* du jeudi 4 février 1993, qui dit ceci:

Que, dans les 60 jours de l'adoption de la présente motion, le leader du gouvernement au Sénat communique au Sénat la réponse du gouvernement au rapport du Comité sénatorial permanent des affaires sociales, des sciences et de la technologie intitulé *La bravoure et le mépris* déposé au Sénat le 25 janvier 1993.

Ce délai de 60 jours expirera la semaine prochaine, et je soulève la question sachant que le ministère des Communications répondra à ce rapport adopté par le Sénat.

LES COMMUNICATIONS

L'ÉDITION PARTAGÉE—L'OPPOSITION DE LA CANADIAN MAGAZINE PUBLISHERS ASSOCIATION

L'honorable Keith Davey: Honorables sénateurs, hier la Canadian Magazine Publishers Association a réitéré son opposition à l'édition partagée dite «canadienne» de revues étrangères. L'édition «canadienne» de la revue américaine *Sports Illustrated* était sous presse hier soir et devrait être en vente au Canada à compter du 5 avril.

Catherine Keachie, directrice exécutive de la CMPA, dit ceci:

La question est celle-ci: voulons-nous notre propre industrie canadienne de revues et de magazines, ou voulons-nous nous avancer sur la pente glissante d'une industrie de succursales, au sein de laquelle les décisions sont prises à New York et les profits prennent le chemin des États-Unis?

Si nous voulons continuer d'avoir une industrie possédée et produite par des Canadiens, il ne faut pas permettre à des revues étrangères comme *Sports Illustrated* de faire le braconnage de la publicité sur les automobiles au Canada.

Time Warner Inc., géant américain de l'industrie de la publication, a manifesté son intention de publier au moins six numéros soit-disant «canadiens» de la revue *Sports Illustrated* au cours de la prochaine année. Cette compagnie contourne les dispositions législatives canadiennes visant à empêcher la publication à tirage partagé, en transmettant par moyen électronique le contenu de la revue à une imprimerie canadienne.

En vertu des lois canadiennes en vigueur, si une revue étrangère publie une édition «canadienne» ou régionale, Douanes Canada a le droit d'intercepter à la frontière les quatre numéros suivants de la revue. Toutefois, ces mesures législatives ont été adoptées il y a près de 30 ans, soit avant l'ère de la publication par moyens électroniques, et elles ne renferment aucune disposition visant les publications transmises électroniquement plutôt qu'expédiées physiquement.

Jeff Shearer, éditeur de la CMPA et de la revue *Saturday Night*, dit que c'est une question de «commerce loyal dans un contexte de libre-échange», ajoutant que des millions d'exemplaires de revues étrangères sont importés au Canada à chaque année. M. Shearer poursuit en disant:

Il s'agit de faire en sorte que les revues canadiennes continuent d'avoir accès à la publicité canadienne, parce que sans publicité canadienne, il n'y aura pas d'industrie canadienne.

Les revues canadiennes n'ont que le marché relativement petit du Canada pour recouvrer les frais de rédaction, de production, d'impression ainsi que les frais généraux. Quant aux revues étrangères, elles récupèrent la plupart de leurs coûts sur leur propre marché intérieur. Elles sont donc en mesure d'exiger des tarifs publicitaires moins élevés que ceux de leurs concurrents canadiens, puisqu'elles n'ont pas à tenir compte du véritable coût de publication d'une revue sur un petit marché comme le Canada. Le premier numéro de l'édition «canadienne» de *Sports Illustrated* contiendra 40 pages de publicité canadienne. À 6 250 \$ la page, cela veut dire que la société Time Warner a touché 250 000 \$ en publicité canadienne.

Catherine Keachie déclare:

Le groupe de travail fédéral récemment créé pour étudier les revues canadiennes et la concurrence étrangère se doit de proposer de nouvelles mesures sévères pour garantir la viabilité de notre industrie. Entre-temps, on ne peut permettre à des revues comme *Sports Illustrated* de profiter de cette lacune de la loi. Les initiatives de Time Warner enfreignent clairement la politique de longue date du Canada.

À tout ce qui précède, je dis amen.