

M. Glassford: Bien, ce que je veux dire en réalité, je crois, est que si nous prenions position sur ceci comme Association, nous nous prononcions en fin de compte sur des situations individuelles.

Le président: Bien, vous avez pris position. Le sénateur Petten l'a lue. Comment la mettez-vous en vigueur?

M. Glassford: Bien, au fond, ce que je dis c'est que les membres de l'Association, pas l'Association elle-même, le font car je crois que pour la plupart, ils sont de très ardents canadiens. Ils sont des plus intéressés à voir le Canada se développer et devenir plus fort.

Le président: Comment s'y prennent-ils?

M. Glassford: Par le moyen de leurs publications.

Le président: Pourriez-vous nous en donner des exemples, des exemples précis?

M. Glassford: Bien, si nous nous reportons à l'éditorial de M. Verronneau, par exemple. Dans ce cas—vous pourriez peut-être nous expliquer, Gilles?

Le président: Bien, il s'agissait de soumissions publiques au Québec...

M. Glassford: Oui, le but premier de l'éditorial, et ce qui l'a motivé était le développement d'un secteur contractant privé dans la province qui pourrait s'étendre à l'exportation et à d'autres domaines. Est-ce que je vous interprète avec fidélité Gilles?

Le président: Pourriez-vous nous donner vos commentaires là-dessus, M. Verronneau?

M. Gilles Verronneau, président sortant, association des rédacteurs de la presse d'affaires, rédacteur de Génie-construction: Bien, cet éditorial traitait d'un problème régional, mais je ne sais pas jusqu'où on peut le rattacher au point que le sénateur a soulevé. Je dirais que, en général, la plupart des rédacteurs de magazines d'affaires et de journaux se préoccupent de ou des industries auxquelles ils s'adressent suffisamment pour pouvoir faire campagne en faveur de ou encourager dans cette industrie une identité canadienne s'il s'agit d'une publication nationale, ou québécoise, comme dans notre cas.

Le président: Qu'arrive-t-il si M. Glassford est rédacteur d'une publication qui est aux mains d'intérêts américains? Comment s'y prend-il pour promouvoir une identité canadienne?

M. George Keefe, premier vice-président, association des rédacteurs de la presse spécialisée canadienne et rédacteur, Canadian Industrial Equipment News: Je dis qu'il ne le fait pas nécessairement. Dans ce cas, pour ce qui est de la section 19, il dit qu'historiquement, les membres de l'Association ont été des tenants

très forts de politiques et de programmes qui atteindraient ce but.

M. Kay: Je suis un rédacteur travaillant dans un secteur qui est presque complètement sous un contrôle américain.

Le président: Lequel est-ce, encore?

M. Kay: *Canadian Paint and Finishing*. Nous couvrons l'industrie du revêtement industriel et 12 de nos 14 compagnies canadiennes sont des filiales de compagnies américaines. Ma spécialité a été de sonner des alarmes, comme plusieurs autres rédacteurs. J'ai travaillé pour les publications Maclean-Hunter, qui n'avaient aucune compétition au Canada, mais qui s'intéressaient à des secteurs plus ou moins importants couverts par des magazines américains. Parfois, les magazines américains prêtaient attention à l'industrie canadienne, mais se préoccupaient très peu de ses réalisations et de ses besoins propres. Nous nous sommes entièrement attachés à l'industrie canadienne, au point de tâcher d'adapter à des situations canadiennes certains articles provenant des États-Unis. Un cas particulier était que la recherche dans le secteur industriel de la peinture a toujours été financée par le Paint Research Institute, un organisme américain comptant quelques associations membres canadiennes. Cependant, les associations canadiennes fournissaient beaucoup plus de soutien à cet institut qu'il ne revenait d'argent au Canada. Nous avons mené une campagne vigoureuse, et je dirais très impopulaire aux yeux des Américains, pour qu'un programme de recherche ou une succursale de l'institut de recherche soit établie au Canada, et nous avons réussi. C'est bien sûr une proposition à long terme, mais dont les avantages immédiats ont été la commandite d'au moins un programme additionnel universitaire de recherche en revêtements, et d'un autre qui s'en vient. L'institut aurait ou n'aurait pas, probablement pas, offert cette commandite si l'industrie canadienne et nous-mêmes n'avions pas soulevé et brassé cette affaire. C'est tout simplement pour nous une question d'agir en Canadiens, de nous occuper de la scène canadienne, nous nous efforçons d'établir l'identité canadienne dans toute l'industrie. Nos lecteurs ont réagi et nous avons trouvé que cela était très important pour eux, même aux échelons les plus élevés, même aux échelons supérieurs des filiales de compagnies américaines. Ils se sont sentis très frustrés d'avoir à faire les choses à la manière américaine, sans avoir d'identité canadienne. Nous avons reçu des lettres et des appels téléphoniques, nous avons vu des réunions de personnel où cela était exposé clairement.

Le président: Merci.

Sénateur Petten?

Le sénateur Petten: Aux sections 22 et 23, les résumés des enquêtes de la Bibliothèque publique de