

[Text]

My question is to the Department of Agriculture officials. What money has been spent or research done to see what it might cost to run a school lunch program; what money have you given to the dairy industry to help advertise and promote and sell their product?

What has been the policy in the past and what is the policy now? You say perhaps we should recommend something, but what are we doing at the present, or have we done anything?

• 1110

Mr. Williams: The main funds, or the only funds, for promotion within the dairy industry, other than those from the industrial complex which includes some of the large cheese producers, for example, that are seen on TV almost every night, are producer funds that come to a set-aside and this amounts, at the present time, to over \$1 million that is used by the Food Service Bureau, with headquarters in Toronto, and it is contributed to by-producers on a national basis.

Within the Department, the promotion of dairy products is limited to two factors: one is research, and we do have a segment of our Food Research Institute that is devoting a considerable amount of research effort towards the development of better and more stable dairy products. In addition to that, we have, from time to time, given grants to various other research organizations to finance developmental work in the improvement of dairy products.

The other, the third at least, aspect of it is the world food program under which very large quantities of skim milk powder are purchased for distribution in the countries of the world.

We do not have a direct program of making funds available to the dairy industry from the departmental vote for promotional purposes.

M. Dumont: En appel au Règlement, le sous-ministre pourrait-il préciser d'où vient le million qui est dépensé en publicité à partir de Toronto? Est-il sûr que chaque province en reçoit sa quote-part pour la publicité?

Mr. Williams: I do not have available the details of the basis of the funds—you are speaking of the Food Service Bureau, the set-aside—but we can obtain those for you. If it is of interest to the Committee, Mr. Chairman, we can obtain the details by provinces, I

[Interpretation]

Ma question s'adresse aux fonctionnaires du ministère de l'Agriculture. Quelles sommes ont été dépensées ou quelles recherches ont été effectuées, pour savoir combien il en coûterait pour avoir un programme dans les écoles, au moment du déjeuner? Combien d'argent avez-vous donné à l'industrie laitière pour l'aider à faire de la publicité et à vendre ses produits?

Quelle a été la politique dans le passé et quelle est-elle maintenant? Vous dites que nous devrions peut-être recommander quelque chose, mais que faisons-nous actuellement, faisons-nous quelque chose?

M. Williams: Les fonds principaux, ou les seuls fonds, pour la promotion au sein de l'industrie laitière, autres que ceux qui viennent du complexe industriel, ce qui comprend quelques-uns des plus gros fromagers, par exemple, qu'on voit à la télévision presque tous les jours, sont les fonds des producteurs, et cela représente, à l'heure actuelle, plus d'un million de dollars, utilisé par le *Food Service Bureau* dont le siège administratif est à Toronto; il est fourni par les producteurs secondaires de tout le pays.

A l'intérieur du ministère, la promotion des produits laitiers se limite à deux facteurs: premièrement la recherche, et il y a un secteur de notre Institut de recherche sur les aliments qui consacre beaucoup d'efforts pour la mise au point de produits laitiers meilleurs et plus stables. En outre, nous avons accordé à l'occasion, des subventions à d'autres organismes de recherche pour financer le travail d'amélioration des produits laitiers.

Le troisième aspect est le programme mondial de l'alimentation par l'entremise duquel on achète de grandes quantités de poudre de lait écrémé pour distribution dans d'autres pays du monde.

Nous n'avons pas de programme direct pour mettre des fonds à la disposition de l'industrie laitière, à même le crédit ministériel, pour fins de publicité et de promotion.

Mr. Dumont: On a point of order. Would the Deputy Minister tell us where the \$1 million come from which are used for publicity originating in Toronto? Is the Deputy Minister sure that each province receives its share for advertising?

M. Williams: Je n'ai pas les détails des fonds—you parlez du *Food Service Bureau*—mais, nous pourrions obtenir les chiffres si vous le voulez. Si cela intéresse le Comité, monsieur le président, nous pourrions vous donner les détails par province.