

7. a) Le contrat pour l'impression du calendrier est-il accordé à la suite d'un appel d'offres et en fonction du coût et de l'efficacité et, dans la négative, sur quoi se fonde-t-on, b) quelles sociétés ont obtenu les contrats en 1973, 1974 et 1975?

8. Le calendrier de 1976 sera-t-il imprimé et, dans l'affirmative, quel en sera le coût?

M. Raynald Guay (secrétaire parlementaire du ministre des Postes): 1. Afin d'informer les clients au sujet des services et des produits offerts par les Postes canadiennes, et pour leur expliquer la façon de profiter le plus possible de ces services et de ces produits. Il constitue un instrument pratique dans les salles du courrier des entreprises importantes et moins importantes; dans les salles de cours, on l'utilise à des fins éducatives alors que dans les foyers, il permet de connaître rapidement et commodément les délais de dépôt et donne d'autres renseignements concernant la poste dont les usagers peuvent avoir besoin fréquemment.

2. Les raisons sont les mêmes que celles ci-dessus mentionnées. Les calendriers sont disponibles en quantité limitée. Puisque la demande dépasse de beaucoup nos réserves, d'autres véhicules d'information sont nécessaires.

3. Il existe un besoin constant de tels renseignements importants sur la poste. Le calendrier est très populaire et une enquête a démontré qu'il permettait à tous les Canadiens de mieux comprendre la nature de notre travail et de profiter de tous nos services.

4. a) Aux bureaux de poste importants de tout le pays. Des représentants de la Commercialisation en distribuent à certains hommes d'affaires et on en expédie sur demande par la courrier. b) Grâce aux affiches placées aux points de distribution, et grâce à la publicité gratuite, non sollicitée, des media.

5. a) L'un ne remplace pas l'autre. On les célèbre tous les deux à la même date. b) La fête de Dollard et celle de la reine Victoria sont reconnues comme des fêtes légales par la plupart des conventions collectives signées au Québec. c) Il n'existe pas d'équivalent anglais.

6. Il a été convenu d'identifier ce jour de congé par une illustration graphique de notre emblème national, la feuille d'érable.

7. a) Oui. b) 1973—Metropole Litho Inc., Montréal 1974—Ashton—Potter Ltd., Toronto 1975—Lawson Graphics, Toronto.

8. Oui. Il en coûtera approximativement \$200,000.

L'ENQUÊTE DE L'INDUSTRIE DES REVUES SUR LES RECETTES PUBLICITAIRES

Question n° 1814—**M. Herbert:**

1. Le gouvernement a-t-il mené une enquête pour évaluer l'importance du transfert des recettes publicitaires aux revues qu'il cherche à aider et qui découlerait d'un projet de loi qu'il a l'intention de présenter et, a) dans l'affirmative, quels sont les résultats de cette enquête, b) sinon, une enquête est-elle à l'étude?

2. L'industrie des revues a-t-elle dernièrement mené une enquête sur les recettes publicitaires et, dans l'affirmative, les résultats en ont-ils été communiqués au ministre responsable?

L'hon. James Hugh Faulkner (secrétaire d'État): 1. Aucune enquête n'a été menée par le gouvernement à propos d'un transfert éventuel des recettes publicitaires aux revues canadiennes par suite de l'intention du gouvernement de faire modifier l'article 19 de la Loi de l'impôt sur le revenu. Par contre, le Secrétariat d'État a effectivement effectué une recherche mécanographique en vue de

Questions au Feuilleton

déterminer si les annonceurs canadiens pourraient, par le truchement des media canadiens, atteindre les mêmes publics que ceux qu'ils atteignent actuellement par le truchement de *Time* et de *Reader's Digest*. Les résultats indiquent qu'ils peuvent le faire.

2. En 1973, l'Association des magazines du Canada a signalé que les annonceurs canadiens ont acheté pour \$35 millions d'espace publicitaire dans treize magazines à grand tirage. Environ la moitié de cette somme est allée au magazine *Time* et aux deux éditions du *Reader's Digest*, soit \$9.2 millions pour *Time* et \$7.2 millions pour *Reader's Digest*. Ces chiffres ont été communiqués au Secrétaire d'État. Le secrétaire d'État a également reçu une étude privée effectuée par Canadian Facts Co. Ltd., et intitulée «Attitude des annonceurs et de leur personnel de direction à l'égard d'un aspect particulier du Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communication de masse—Novembre 1974».

L'ENTRÉE AU CANADA DE SALVATORE TAORMINA

Question n° 1861—**M. Cossitt:**

1. Salvatore Taormina est-il entré au Canada aux environs du 5 juin 1968, et, dans la négative, quand?

2. La GRC a-t-elle déjà enquêté sur cette personne et, dans l'affirmative, a) quand, b) pourquoi, c) quels étaient les détails de l'enquête?

3. Quelles personnes ont fait des démarches quelconques auprès du gouvernement au nom de cette personne pour qu'on l'admette au Canada ou pour toute autre raison et quels sont les détails de chacune de ces démarches?

L'hon. Mitchell Sharp (président du Conseil privé): Les ministères de la Main-d'œuvre et de l'Immigration et du solliciteur général m'informent comme suit: 1. Salvatore Taormina est arrivé au Canada le 5 juin 1968.

2. Non.

3. Selon la politique de destruction des dossiers, le dossier de Salvatore Taormina a été détruit. Il n'est donc pas possible de répondre à cette question.

LE COÛT DE L'ÉQUIPEMENT DE LABORATOIRE DESTINÉ AU PROGRAMME «THE COLLABORATORS»

Question n° 1892—**M. Friesen:**

1. Combien la Société Radio-Canada a-t-elle dépensé pour l'achat d'équipement de laboratoire destiné à réaliser le programme à épisodes intitulé: «*The Collaborators*»?

2. Cet équipement comprenait-il un microscope électronique et, dans l'affirmative, a) quel en était le prix d'achat, b) dans combien d'épisodes s'en est-on servi, c) pendant combien de temps, à peu près, l'a-t-on vu chaque fois?

3. a) Quels sont les articles achetés dont le prix tombe dans les catégories suivantes (i) de \$500 à \$1,000 (ii) de \$1,000 à \$5,000 (iii) de \$5,000 à \$8,000 (iv) de \$8,000 à \$10,000 (v) plus de \$10,000, b) que fait-on de ces articles quand la Société a fini de s'en servir?

L'hon. James Hugh Faulkner (secrétaire d'État): La Société Radio-Canada me transmet les renseignements suivants: 1. \$530.

2. Non. Une compagnie d'équipement scientifique a prêté gratuitement un microscope électronique à Radio-Canada, lequel lui a été retourné à la fin de la série.

3. a) Aucun. b) Ces articles passent aux magasins de Radio-Canada pour le cas où ils pourraient encore servir dans des émissions de télévision.