

M. MILLER: En ce qui concerne le recrutement, j'ai le rapport suivant:

Principes généraux du recrutement des trois services

2. Le recrutement de la Marine royale du Canada, de l'Armée canadienne et de l'Aviation royale du Canada est fondé sur les principes généraux suivants:

Après avoir dressé des prévisions et tracé des plans pour maintenir les effectifs et compenser la déperdition, les trois services recherchent les sujets les plus aptes et les mieux doués et les encouragent à la carrière des armes.

Application des principes du recrutement

3. Les trois services appliquent les principes de recrutement énoncés ci-dessus en ayant des postes de recrutement fixes et des unités mobiles de recrutement dans tout le Canada, à quoi s'ajoutent des méthodes directes de recrutement et des programmes de publicité.

Répartition des unités de recrutement

4. Les unités fixes sont réparties d'après la densité de la population et le potentiel du recrutement. Les tournées des unités mobiles sont conçues et exécutées dans les régions moins peuplées en tenant compte des mêmes facteurs.

Publicité du recrutement — Frais

5. (a) Bref exposé des règles qui gouvernent la publicité du recrutement des trois services quant à l'attribution et au contrôle de l'argent et aux modes de publicité employés par les trois services.

(b) Le budget de la publicité est fondé chaque année sur les besoins d'hommes de chaque service. Chaque service, en consultation avec les agences de publicité désignées par le ministère de la Défense nationale, prépare un programme de publicité qui tient compte des besoins et vise à employer les modes de publicité les plus efficaces pour les satisfaire. Chaque projet des services doit être approuvé par le comité des membres du personnel, les chefs d'état-major et le ministre de la Défense nationale, avant que l'approbation du Conseil du Trésor ne soit demandée. Le budget accordé est réparti comme il suit:

- (i) Un montant pour le programme de publicité nationale confié aux agences désignées, qui sont dirigées par le quartier général de chaque service. De plus, une somme est allouée à chaque commandement ou unité pour la publicité locale, confiée elle aussi à des agences désignées. Les agences paient elles-mêmes les fournisseurs de publicité et sont ensuite remboursées par le gouvernement après vérification par le contrôleur du trésor.
- (ii) Un montant pour la publicité commune des trois services, qui est confiée à une agence désignée de publicité.
- (c) Un montant distinct des montants dépensés par les agences de publicité et dont chaque prélèvement exige l'autorisation du fonctionnaire compétent, est réparti comme il suit:
 - (i) Un montant à la disposition du quartier général pour défrayer la production d'étalages, les travaux d'impression et les films.
 - (ii) Un montant pour les dépenses de publicité du commandement et de l'unité locale de recrutement.
 - (iii) Un montant à la disposition des quartiers généraux pour les grandes expositions, l'Exposition nationale du Canada, l'Exposition provinciale de Québec et l'Exposition nationale du Pacifique.

(d) Les organes de publicité employés pour le recrutement sont les journaux, la radio, la télévision, les magazines à diffusion nationale, les publications agricoles, les journaux d'étudiants, les annuaires scolaires, les publications de fin de