

Questions orales

Chambre une liste indiquant, par circonscription, où ces millions de dollars seront dépensés dans le cadre de projets spéciaux de relance?

L'hon. Jean-Luc Pepin (ministre d'État (Relations extérieures)): Monsieur le Président, je pense avoir entendu le premier ministre ou le ministre des Finances dire que l'on publierait une liste des divers programmes qui visent à réduire le nombre de chômeurs au Canada. Mon honorable ami se laisse prendre au piège bien connu qui consiste à croire que tous les programmes du gouvernement doivent s'appliquer de la même façon à toutes les provinces du Canada. Cela est impossible. Ainsi, le gouvernement ne peut pas affecter les mêmes fonds à l'industrie céréalière de l'Est qu'à celle de l'Ouest parce que l'industrie dans l'Est n'a pas la même envergure.

M. Crosbie: Très juste!

Des voix: Oh, oh!

M. Pepin: J'ai dit qu'elle n'avait pas la même envergure; je n'ai pas dit qu'il n'y avait pas de céréales dans l'Est.

M. Crosbie: Cela dénote un grand savoir.

M. Pepin: La seule façon de juger ces questions, comme le dirait M. Clark, consiste à envisager la situation dans son ensemble et à voir comment les fonds fournis par le gouvernement pour réduire le taux de chômage s'équilibrent d'un océan à l'autre.

M. Hnatyshyn: Le ministre du charabia!

M. Siddon: Monsieur le Président, le ministre parle des versements de stabilisation du prix du grain et du tarif du Nid-de-Corbeau. Il devrait pouvoir confirmer que le cabinet considère que les subventions du Nid-de-Corbeau compensent les fonds que les provinces de l'Ouest devraient recevoir normalement pour les projets spéciaux de relance. C'est un fait bien connu au cabinet.

● (1420)

LE CONTRAT POUR L'ÉMISSION DE TÉLÉVISION QUI A SUIVI LE BUDGET

M. Thomas Siddon (Richmond-Delta-Sud): Enfin, monsieur le Président, le ministre confirmera-t-il qu'au lieu de dépenser pour créer des emplois réels, son collègue, le ministre d'État chargé du Développement économique, a dépensé au delà de \$40,000 pour réaliser une émission de télévision qui sera diffusée le 19 février, immédiatement après l'exposé budgétaire, pour lui permettre de présenter de nouvelles initiatives, probablement les mêmes qui seront déjà annoncées dans l'exposé budgétaire? Une société appelée Media Alternatives a obtenu le contrat pour cette émission. Confirmera-t-il aussi que ce n'est qu'une partie des dépenses totales du gouvernement pour la publicité au sujet du programme des projets spéciaux de relance, qui est davantage orienté sur la publicité que sur la création d'emplois permanents et durables pour les Canadiens?

L'hon. Jean-Luc Pepin (ministre d'État (Relations extérieures)): Monsieur le Président, j'ai essayé de suivre la question le mieux possible. Mon anglais est assez bon, mais dans ce cas-ci, je n'ai pas réussi à suivre. Le premier ministre, lui, a

peut-être réussi. Il est plus bilingue que moi. Je lirai les feuillets bleus après la période des questions et je signalerai l'affaire soulevée par le député, même si je ne sais pas encore au juste de quoi il s'agit, au ministre compétent, quel qu'il soit.

LE COÛT DES PANNEAUX PUBLICITAIRES ANNONÇANT DIVERS PROJETS

M. Lorne Greenaway (Cariboo-Chilcotin): Monsieur le Président, ma question s'adresse au ministre d'État chargé du Développement économique et régional. En son absence, je vais poser ma question au premier ministre ou à celui qui le remplace. J'ai sous les yeux un document qu'un des hauts fonctionnaires du ministre m'a remis de son plein gré et je remarque que, jusqu'au 23 septembre 1983, on a consacré plus de \$300,000 à des panneaux publicitaires annonçant divers projets spéciaux de relance dans les différentes régions du pays. Par exemple, le ministère a acheté 164 panneaux de quatre pieds sur huit coûtant \$1,343 chacun. Cette somme ne comprend pas les frais d'installation.

Nous nous sommes renseignés auprès de peintres d'enseigne et le modèle le plus luxueux qu'ils aient pu nous proposer coûte \$600. Le premier ministre ou le premier ministre suppléant peut-il nous expliquer pourquoi le gouvernement a gaspillé des milliers de dollars en payant \$1,350 pièce des enseignes qui ne devraient pas coûter plus de \$600?

Le très hon. P. E. Trudeau (premier ministre): Monsieur le Président, depuis quelques jours, j'essaie de suivre le raisonnement des députés d'en face et si j'ai bien compris ils se plaignent de ne pas avoir été informés de ce programme et que seuls les libéraux étaient au courant. Si nous faisons faire des panneaux coûteux c'est pour que l'opposition puisse savoir ce qui se passe.

M. Greenaway: Monsieur le Président, je n'ennuierai pas le premier ministre avec une question supplémentaire. Je la poserai à quelqu'un qui pourra me répondre. Je rappelle au premier ministre qu'il y a une grosse différence de prix entre une enseigne de \$600 et une autre de \$1,350. Vous gaspillez de l'argent, Mac.

L'ÉTUDE DE L'EFFICACITÉ DE LA PUBLICITÉ

M. Lorne Greenaway (Cariboo-Chilcotin): Monsieur le Président, le ministre d'État chargé du développement économique et régional peut-il confirmer que le gouvernement a employé l'entreprise D. W. Hartford and Associates Ltd. pour étudier l'efficacité de la campagne vantant les projets spéciaux de relance? Autrement dit, le ministre se sert-il de l'argent des contribuables pour savoir si sa propre propagande porte ses fruits?

L'hon. Donald J. Johnston (ministre d'État chargé du Développement économique et régional et ministre d'État chargé des Sciences et de la Technologie): Monsieur le Président, je voudrais d'abord m'excuser de mon absence au moment où ont été posées les premières questions. Je trouve curieux que le député de Richmond-Delta-Sud dont la circonscription a bénéficié d'un des projets les plus importants, l'aéroport international de Vancouver...