

Questions au Feuilleton

a)	b)	c)	d)
Août 1969	Gestion de la région du centre de l'Ontario	En conformité avec l'article 10 de la loi sur les langues officielles, une étude a été faite de la composition linguistique (anglais-français) des secteurs géographiques desservis par les ponts internationaux de Prescott et de Lansdowne; cette étude était basée sur les statistiques fournies par le recensement de 1961.	La demande prévue de service en français justifiait qu'on y assure des services bilingues.
De septembre 1969 jusqu'à mars 1970	Agents visiteurs en uniforme	Le nombre de fois que les voyageurs se sont adressés à eux en français ou leur ont demandé de façon formelle que le service leur soit fourni en français.	Impossible à déterminer; les voyageurs sont habitués depuis longtemps, à ces endroits, à communiquer en anglais seulement avec nos agents.
Avril 1970	Receveur de district (Ottawa)	Une étude statistique du nombre des Canadiens qui reviennent au pays basée sur le nombre de véhicules et de passagers et sur la composition linguistique des secteurs géographiques desservis par les deux ponts.	L'extrapolation de ces données indique qu'un nombre important de Canadiens francophones utilisent chaque année les ponts de Prescott et Lansdowne.
Octobre 1971	Receveur de district (Ottawa)	Analyse de l'échantillonnage des déclarations d'exemption (E 24).	On estime qu'environ 25 p. 100 du nombre total des exemptions présentées à Lansdowne et Prescott par des résidents canadiens qui reviennent au pays ont été présentées par des Canadiens francophones.

L'EXPLORATION PÉTROLIÈRE À LA RÉSERVE MILITAIRE DE SUFFIELD

Question n° 248—M. Andre:

Le ministère de la Défense nationale a-t-il retenu, en 1972, les services d'une maison quelconque en vue d'explorer la Réserve militaire de Suffield pour savoir si elle renferme du pétrole et, dans l'affirmative, à quelles maisons a-t-on accordé les contrats et à combien se chiffrent-ils dans chaque cas?

L'hon. James Richardson (ministre de la Défense nationale): Au cours de 1972, les services d'aucune société n'ont été retenus en vue d'explorer pour des réserves pétrolières à la BFC de Suffield. Toutefois, des contrats ont été conclus, par l'entremise de la Construction de défense (1951) Limitée, avec trois entreprises, pour effectuer des travaux de développement et d'amélioration du système actuel d'approvisionnement de gaz, qui fournit le combustible nécessaire à tous les services d'utilité de la base: Dresser Industries Inc.—achèvement de puits \$33,797; Kenting Big Indian Drilling—forage de sept puits \$90,923; Western Industrial Contractors Ltd.—construction et essai d'un collecteur \$33,975.

LE MINISTÈRE DES TRANSPORTS—LE MV BLUENOSE

Question n° 262—M. Haliburton:

1. Le MV *Bluenose* répond-il présentement et s'attend-on à ce qu'il continue de répondre adéquatement aux exigences de la Commission canadienne des transports concernant a) les besoins touristiques, b) le transport des marchandises, c) le transport des automobiles et d) le transport des camions entre Yarmouth, Nouvelle-Écosse et Bar Harbour, Maine?

2. Le ministère des Transports projette-t-il de remplacer ou d'aider à remplacer ce navire par un nouveau navire de plus grande dimension et, dans l'affirmative, a) quand projette-t-on de remplacer le navire, b) les plans du nouveau navire ont-ils été dessinés et c) quelle sera la jauge de celui-ci?

3. Le ministère des Transports projette-t-il d'agrandir ou d'aider à agrandir le terminus du traversier à Yarmouth et, dans l'affirmative, quand prévoit-on entreprendre les travaux?

4. a) Au cours des trois dernières années, combien de jours par année le MV *Bluenose* a-t-il été immobilisé et b) combien de remorques n'ont pas pu être chargées sur le *Bluenose* à cause de leurs dimensions?

5. Quelle publicité le CN fait-il pour encourager le public à utiliser le MV *Bluenose*?

L'hon. Jean Marchand (ministre des Transports): 1. a), b), c) et d) Oui.

2. Le ministère des Transports ne projette pas pour le moment de remplacer ou de concourir à remplacer le *Bluenose* sur cette ligne.

3. Il n'en est pas question pour le moment.

4. a) 1970, 48 jours pour radoub annuel, 2 jours d'arrêt pour Noël 1970; 1971, 28 jours d'immobilisation pour radoub annuel, 2 jours d'arrêt pour Noël, 2 jours de mauvais temps; 1972, 27 jours pour radoub annuel, 2 jours d'arrêt pour Noël; b) Les remorques font en général partie du trafic local et par conséquent leurs utilisateurs connaissent normalement les limites du navire. Il n'a pas été tenu de relevé, mais il a fallu quelquefois refuser des chargements de dimensions excessives.

5. En 1972, le montant total des dépenses publicitaires engagées pour le *Bluenose* s'est élevé à environ \$55,000. Sur cette somme, \$30,000 ont servi à un programme conjoint avec le gouvernement de Nouvelle-Écosse qui a résulté en une campagne publicitaire d'une valeur de \$60,000. Deux réclames ont été réalisées, une pour l'hiver, une pour le début de l'été. Ces annonces publicitaires ont paru dans les journaux de l'est des États-Unis surtout. Des études montrent que ces régions fournissent la majeure partie du trafic aux traversiers. Les moyens de diffusion ont été les principaux quotidiens de Hartford et New Haven (Connecticut), Boston (Massachusetts), Springfield, (Connecticut), Newark (New Jersey), New York, Albany, Buffalo, Long Island, Rochester, Syracuse et Baltimore, dans l'État de New York et Providence, à Rhode Island. En outre, le CN a fait sa propre campagne publicitaire pour le *Bluenose* au coût de \$14,000. Elle a consisté en annonces dans des journaux de Halifax, New Glasgow, Sydney, Truro, Antigonish, Kentville, Bridgetown, Bridgewater, Liverpool, Lunenburg, Pictou, Shelburne, Windsor et Yarmouth en Nouvelle-Écosse, Portland et Bangor dans le Maine. Cette campagne était destinée à susciter un trafic local. Ce sont surtout les stations de radio de Halifax, Truro, Bridgewater, Bridgetown, Antigonish et Yarmouth qui ont été utilisées pour toucher les touristes en déplacement. Au total, 650,000 brochures ont été imprimées pour être diffusées en 1971 et 1972 au coût approximatif de \$10,555. De plus, 350,000 encarts portant les tarifs et les horaires ont été imprimés en 1972, pour un montant de \$2,065. Quatre panneaux d'affichage permanents font de la réclame pour le *Bluenose*; deux sont dans le Maine, à Kittery et Brewer, et deux se trouvent en Nouvelle-Écosse, à Annapolis Royal et Italy Cross. En outre, le CN a pu obtenir le droit d'utiliser des panneaux d'affichage temporaires dans le Maine pour faire la réclame du service assuré par le *Bluenose* dans le cadre d'un contrat passé avec une revue américaine à diffusion nationale. Ce supplément de publicité sur le *Bluenose* a coûté \$50.