

ont l'équipement voulu, qui ont le personnel nécessaire pour ce faire, à ce moment-là on pourra faire des découvertes intéressantes, qui placeront le Canada sur le même pied que n'importe quel autre pays du monde et nous n'aurons pas besoin d'emprunter à l'étranger les découvertes dont nous avons besoin. Nous serons capables de le faire nous-mêmes et nous contribuerons à l'expansion de la recherche dans le monde.

\* \* \*

### QUESTIONS AU FEUILLETON

(Les questions auxquelles une réponse verbale est donnée sont marquées d'un astérisque.)

**M. Yvon Pinard (secrétaire parlementaire du président du Conseil privé):** Monsieur l'Orateur, on répondra aujourd'hui aux questions suivantes: 1159, 1498, 1592 et 1607.

[Texte]

RADIO-CANADA—L'OMBUDSMAN

Question n° 1159—**M. Marshall:**

1. De quel budget le médiateur de Radio-Canada dispose-t-il?
2. Quelle est l'importance de son personnel?
3. a) Combien de dossiers le médiateur de Radio-Canada reçoit-il par mois, b) combien sont (i) acceptés (ii) rejetés?

**L'hon. John Roberts (secrétaire d'État):** La Société Radio-Canada me transmet les renseignements suivants: 1. Il n'est pas d'usage de demander à la société Radio-Canada de divulguer ce genre d'information sur sa gestion et son administration internes, par exemple les budgets de ses émissions. Cette coutume repose sur les raisons qui sont exposées en détail dans la réponse à la question 2530 du 22 mai 1975.

2. Vingt et un.

3. a), b) Chaque mois un nombre variable de cas sont soumis, allant d'une moyenne de 700 par semaine en saison de pointe à une moyenne de 50 par semaine à la fin de l'été. Depuis que «Ombudsman» a pris l'antenne, en janvier 1974, environ 38,000 pièces de correspondance de tous genres ont été reçues. Une partie de ce total est formée de commentaires de l'auditoire sur l'émission. Sur le total des pièces de correspondance reçues, plus de 11,000 exposaient des cas et, sur ce nombre, 208 ou 1.8 p. 100 ont figuré à cette émission hebdomadaire de 30 minutes. Depuis le début de l'émission, on a estimé qu'elle ne pouvait offrir d'aider les gens qui écriraient, puis ensuite d'aider seulement ceux dont les cas étaient choisis pour la télévision, en mettant de côté les autres. «Ombudsman» a donc été à la fois une émission de télévision diffusée d'octobre à avril et un service offert à longueur d'année. Il a accusé réception de toute correspondance et chaque cas est enregistré et classé d'après un système numérique-alphabétique. Dans le rapport de 1975 de la Commission fédérale de réforme du droit sur les dossiers des cas d'ombudsman, on trouve une ventilation du règlement de ces cas, où il est révélé qu'Ombudsman a été utile dans 68.24 p. 100 des cas soumis. Cette assistance a été assurée en adressant le plaignant à l'agence compétente pour qu'elle donne suite à la plainte, en précisant les droits du plaignant, en accélérant l'action gouvernementale et parfois en suscitant l'infirmité d'une décision officielle.

### Questions au Feuilleton

L'ADMINISTRATEUR DE L'ADMINISTRATION CANADIENNE DES TRANSPORTS DE SURFACE

Question n° 1498—**M. Jones:**

1. Qui a récemment été nommé administrateur de l'Administration canadienne des transports de surface?
2. Quelles sont les fonctions et responsabilités rattachées à ce poste?
3. Quelles sont les qualifications du candidat nommé récemment à ce poste?
4. Les antécédents professionnels du candidat nommé récemment se rattachent-ils à son nouveau poste?

**L'hon. Otto E. Lang (ministre des Transports):** 1. M. E. J. Giroux.

2. Sous la direction générale du sous-ministre et du sous-ministre adjoint principal, l'administrateur de l'Administration canadienne des transports de surface dirige la formulation et la mise en œuvre des politiques et des programmes de l'Administration, et supervise toutes les activités du ministère des Transports à l'appui des transports terrestres, qu'il s'agisse d'exploitation, de développement ou de réglementation. Dans l'exercice de ses fonctions, il consulte les autres administrateurs et sous-ministres adjoints du ministère et se fait aider par les directeurs généraux chargés respectivement de la planification et de la coordination, des transports routiers, ferroviaires et maritimes.

3. M. Giroux est bachelier en commerce (économique) et titulaire d'une maîtrise en économie du travail de l'Université d'Ottawa. Il a acquis de l'expérience en matière de recherche ainsi que de gestion des services axiaux, en gravissant les échelons hiérarchiques au sein de la Fonction publique; il fut notamment directeur général de la région de l'Ontario du MEER, et sous-ministre adjoint à la Direction générale de la santé et du sport amateur du ministère de la Santé nationale et du Bien-être social.

4. Oui.

LA BRITISH COLUMBIA HYDRO ET SON PROJET DE DÉRIVATION DES EAUX DE LA RIVIÈRE KOOTENAY

Question n° 1592—**M. Brisco:**

La British Columbia Hydro a-t-elle présenté une demande au ministre des Transports, aux termes de la Loi sur la protection des eaux navigables, pour l'obtention d'une licence ou d'un permis destiné à barrer la rivière Kootenay à Canal Flats, ou dans son voisinage, et à y construire une dérivation?

**L'hon. Otto E. Lang (ministre des Transports):** Le ministre des Transports n'a reçu aucune demande de la British Columbia Hydro en vue de l'approbation, aux termes de la loi sur la protection des eaux navigables, de travaux sur la rivière Kootenay à Canal Flats, ou dans son voisinage, dans la province de Colombie-Britannique.

LA PUBLICITÉ DU MINISTÈRE DES POSTES

Question n° 1607—**M. Elzinga:**

La Division de la commercialisation du ministère des Postes a-t-elle publié dans les journaux une annonce intitulée: «Quel moyen publicitaire vous permet de rejoindre 98 p. 100 de vos clients éventuels par le biais d'un seul message? La publicité directe!» et, dans l'affirmative, a) quel est, par province, le nom des journaux qui l'ont publiée, b) combien de fois chaque journal l'a-t-il publiée, c) combien a coûté chaque annonce, d) combien la publication de cette annonce a-t-elle coûté?

**L'hon. J. Gilles Lamontagne (ministre des Postes):** Le message publicitaire «Quel moyen publicitaire vous permet de rejoindre 98 p. 100 de vos clients éventuels par un seul message? La publicité directe!» n'est pas paru strictement dans les journaux comme l'indique la question. Cette annonce ainsi