

L'hon. Barney Danson (ministre de la Défense nationale):

	Femmes	Hommes	
(i) Colonel		6	
Lieutenant-colonel		10	
Major	2	12	
Capitaine	1	15	
(ii) Colonel		21	
Lieutenant-colonel	1	40	
Major	6	112	
Capitaine	19	125	
Lieutenant	6	35	
Sous-lieutenant	15	84	
Élève-officier	1	2	
(iii) Colonel		7	
Lieutenant-colonel		18	
Major		57	
Capitaine	5	82	
Sous-lieutenant	6	40	
Élève-officier		3	
(iv) Lieutenant-colonel		3	(voir nota 1)
Major		63	
Capitaine	6	231	
Lieutenant	7	53	
(v) Colonel		79	(voir nota 2)
Lieutenant-colonel		245	
Major		730	
Capitaine	3	1,389	
Lieutenant	6	495	
Sous-lieutenant		17	
Élève-officier	14	474	
(vi) Colonel		2	
Lieutenant-colonel		2	
Major		20	
Capitaine	165	9	
Lieutenant	159	14	
Élève-officier	5	1	
(vii) Colonel		4	
Lieutenant-colonel		14	
Major		65	
Capitaine		83	
Élève-officier		1	

NOTA 1 Les statistiques concernant les «comptables» incluent tous les officiers des finances qualifiés, dans les Forces canadiennes.

NOTA 2 Les statistiques concernant les ingénieurs (professionnels) incluent tous les officiers ingénieurs compétents des Forces canadiennes, et pas seulement ceux qui appartiennent à l'Association professionnelle des ingénieurs du Canada.

Question n° 579—M. McKinnon:

Par grade, combien a) d'officiers, b) de soldats des Forces armées canadiennes sont du sexe (i) féminin (ii) masculin?

L'hon. Barney Danson (ministre de la Défense nationale):

	(i) Femmes	(ii) Hommes
a) Général		1
Lieutenant-général		8
Major-général		23
Brigadier-général		78
Colonel	3	314
Lieutenant-colonel	6	908
Major	41	2,859
Capitaine	291	5,789
Lieutenant	254	1,826
Sous-lieutenant	31	352
Élève-officier	100	2,097
Total	726	14,255
b) Adjudant-chef		800
Adjudant-maître	4	2,096
Adjudant	14	4,190
Sergent	123	9,665
Caporal-chef	236	10,601
Caporal/soldat	3,610	32,740
Total	3,987	60,092

*Questions au Feuilleton***LA SANTÉ ET LE BIEN-ÊTRE—LA PUBLICITÉ SUR LES CIGARETTES****Question n° 584—M. Cossitt:**

1. Le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social a-t-il fait apposer des mises en garde sur les annonces publicitaires de cigarettes, dans les réseaux de transport en commun du Québec, notamment dans le métro ou les autobus de Montréal et, dans l'affirmative, a) quel en a été le coût, b) les mises en garde ont-elles paru en français seulement et, dans l'affirmative, pourquoi, c) le gouvernement qui prône deux langues officielles se considère-t-il lié par toute mesure législative québécoise portant sur les annonces publicitaires unilingues et, dans l'affirmative, pourquoi?

2. Si de telles affiches publicitaires ont été placées par des sociétés de tabac privées et non par le gouvernement, quelles sont toutes les raisons pour lesquelles le gouvernement n'impose pas la rédaction dans les deux langues officielles des mises en garde concernant le tabac et la santé?

L'hon. Monique Bégin (ministre de la Santé nationale et du Bien-être social): En ce qui concerne le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social:

1. Non. Le ministère de la Santé nationale et du Bien-être social n'a pas fait afficher des mises en garde contre les annonces publicitaires de cigarettes dans les véhicules de transports en commun du Québec. a) Sans objet. b) Sans objet. c) Sans objet.

2. Les annonces publicitaires de cigarettes sont placées par les sociétés de tabac privées conformément aux exigences linguistiques de la province de Québec.

LES OBLIGATIONS D'ÉPARGNE DU CANADA—LA PUBLICITÉ AU QUÉBEC**Question n° 585—M. Cossitt:**

Le ministère des Finances a-t-il fait de la publicité pour les Obligations d'épargne du Canada dans les réseaux de transport en commun du Québec, notamment dans le métro ou les autobus de Montréal et, le cas échéant, a) quel en a été le coût, b) les annonces ont-elles paru en français seulement et, dans l'affirmative, pourquoi, c) le gouvernement qui prône deux langues officielles se considère-t-il lié à toute mesure législative québécoise portant sur les annonces publicitaires unilingues et, dans l'affirmative, pourquoi?

L'hon. Jean Chrétien (ministre des Finances):

a) Oui, le ministère des Finances a autorisé que des annonces publicitaires sur les obligations d'épargne du Canada soient placées dans les réseaux de transport en commun du Québec. Ces annonces n'ont été placées que dans le métro et dans les autobus de Montréal. Le coût total de ces annonces s'est établi à \$18,189.

b) Les annonces ont paru en français seulement, comme c'est le cas depuis que cette forme de publicité a été utilisée pour la première fois en 1973. Chaque année, la publicité relative aux OEC comprend un thème distinct pour les campagnes en français et en anglais afin de mieux servir les deux principaux groupes culturels du Canada. Ce qui signifie que certaines affiches doivent être unilingues, mais que, dans la plupart des cas, les affiches en français et en anglais sont présentées ensemble. Dans le cas de la publicité dans le métro et les autobus de Montréal, la compagnie que le gouvernement a engagée pour la publicité en français des OEC a recommandé de n'utiliser que des affiches en français afin de faire connaître davantage les OEC au très important marché francophone de Montréal et de renforcer la publicité qui paraît