

representatives from all the major categories listed above. The particular mix of publics will depend on the specific interests and attentions the country has for Canadians. For example, the public of the Embassy in Jeddah consists of a significantly higher proportion of Canadian businessmen than does that of the Consulate General in Strasbourg; or, Canadian tourists are a numerically more important part of the public of the Embassy in Athens than they are of the Embassy in Dakar. As for Canadian missions to international organizations or conferences - the UN in Geneva and New York, the Mutual and Balanced Force Reduction (MBFR) Talks in Vienna or the Organization of American States in Washington, D.C. - their public consists to a preponderant degree of the bureaucracy of the organization or conference itself and of the personnel of other missions to the organization or delegations to the conference.

As for Canada-based operations, the same diversity of constituency applies. For example, while the Ottawa and regional passport offices deal almost exclusively with the travelling Canadian public, a headquarters division like Materiel Management is inward-looking with its constituency limited to the Federal Government's central services operation and to its clientele in the Department which are mostly posts abroad. Similarly, while a personal service unit like Employee Services concentrates approximately 90% of its working time on departmental employees and about 10% on other federal departments, a geographic division like Pacific Affairs has a more varied clientele consisting of other government departments, embassies, missions abroad, various non-govern-

gène composé de représentants de toutes les grandes catégories susmentionnées. La proportion des divers éléments de chaque clientèle dépendra des intérêts précis et de l'attention que le pays en question porte aux Canadiens. Par exemple, le public de notre ambassade à Djedda compte une proportion nettement plus élevée d'hommes d'affaires que celui du consulat général à Strasbourg; de même, notre ambassade à Athènes a beaucoup plus souvent affaire à des touristes canadiens que l'ambassade à Dakar. Quant aux missions canadiennes accréditées auprès d'organisations ou de conférences internationales - par exemple l'ONU à Genève et à New York, les Pourparlers de Vienne pour la réduction mutuelle et équilibrée des forces ou l'Organisation des États américains à Washington -, leur public se compose pour l'essentiel de la bureaucratie des organisations et des conférences elles-mêmes et du personnel des autres missions qui y sont accréditées.

La même diversité se retrouve chez la clientèle des opérations au Canada. Par exemple, les bureaux des passeports à Ottawa et ailleurs au pays ont affaire presque exclusivement à des voyageurs canadiens; par contre, une direction de l'Administration centrale comme celle de la Gestion du matériel a une fonction beaucoup plus interne, son champ d'action étant limité aux opérations des services centraux du gouvernement fédéral et à sa clientèle au sein du Ministère, constituée dans la plupart des cas des missions à l'étranger. Pareillement, une section offrant des services personnels comme les Services aux employés consacre environ 90 pour cent de son temps aux employés du Ministère et environ 10 pour cent aux autres ministères fédéraux, tandis qu'une direction géographique comme celle des Affaires du Pacifique a une clientèle beaucoup plus variée où l'on

mental organizations and institutions, business and industry, the travelling public and the Canadian press.

Serving, then, both a varied domestic public as well as a highly diversified foreign constituency, the Department must have as its objective in the service field a policy which meets two criteria:

- (a) that Canadians, in Canada or abroad, should be able to communicate with and receive services from the Department in the official language of their choice;
- (b) that abroad, the Department's activities and representation reflect the fact that Canada is a country with two official languages.

Note: We refer often in this paper to "significant demand". For our purposes we accept that the phrase "significant demand" is to be applied within the context of a "reasonable person" approach and services in both official languages should be provided wherever required. Should any doubt arise about whether "significant demand" does in fact exist in any given location, the question should be resolved in favour of providing services in both official languages.

1. Service to the Public

(B) Posts Abroad

With its public at posts abroad so disparate and geographically dispersed, it follows that there is a high degree of variation in the demand for and the Department's use

retrouve d'autres ministères gouvernementaux, des ambassades, des missions à l'étranger, diverses organisations et institutions non gouvernementales, les milieux commerciaux et industriels, les voyageurs et la presse canadienne.

Comme il dessert un public canadien diversifié et une clientèle étrangère hautement hétérogène, le Ministère doit avoir comme objectif une politique qui réponde aux deux critères suivants:

- a) être en mesure d'offrir aux Canadiens, au pays et à l'étranger, des services dans la langue officielle de leur choix; et
- b) témoigner à l'étranger, par ses activités et sa représentation, du fait que le Canada est un pays où coexistent deux langues officielles.

Note: Dans le présent document, nous utilisons souvent l'expression "demande importante". Pour nos besoins, il faut lui donner la signification qui relève du sens commun, et il convient de dispenser les services bilingues chaque fois que la chose est nécessaire. En cas de doute sur l'existence d'une "demande importante", la question devrait être résolue en fournissant des services dans les deux langues officielles.

1. Service au public

B) Missions à l'étranger

En raison même de la grande hétérogénéité et de la dispersion géographique de la clientèle du Ministère à l'étranger, on enregistre des variations considérables dans