

[Texte]

We have had some concern expressed to the department, probably the same concern you have had in your own office in terms of what is taking place. I do not want to dodge the question, but to some extent it is largely out of our tourism department's hands at the present time. It is more in the area of Mr. McMillan and what he is endeavouring to do. It bears watching and we will see what happens.

Mr. Cassidy: Could I urge you to in fact take this on specifically?

The Chairman: Your time is up, I am sorry. Mr. Dingwall.

Mr. Dingwall: I would like to ask a question of the comptroller. I wonder if you might inform members as to how much money was provided in 1985-86, and the forecast for 1986-87, to Camp Associates for various advertising costs for the Department of Tourism? Could you provide us with that?

Mr. C. Oliver (Comptroller, Department of Regional Industrial Expansion): Mr. Chairman, I have a general number in my records of \$27.6 million being spent on marketing in 1985-86, and \$26.4 million allocated for 1986-87. My understanding is that the bulk of that goes to Camp Associates.

Mr. Dingwall: Is there a Memorandum of Understanding, or a contract that has been signed? Are you prepared to table that contract?

Mr. Oliver: Sure.

Mr. Dingwall: I ask the Minister this—

Mr. Murta: Excuse me. The money that Mr. Oliver has mentioned is not their fees or anything. It is the total amount of money spent in terms of PR and the whole thrust of what we are talking—

Mr. Oliver: It covers all our activity as well as . . .

Mr. Murta: They have a standard fee which most of these companies have.

Mr. Oliver: It is not a fee.

Mr. Dingwall: What are you doing with Parks Canada? Do they have any budget whatsoever for the purposes of promotion? If they do, you should take it away from them. Mr. Minister, you should have the responsibility for promoting Parks Canada.

Those individuals associated with that department have to come into the 20th and 21st Centuries. I say this not to be mean, Mr. Chairman, but as a fact: they have to recognize that we live in the real world, and that they have an obligation either through their own budgetary process to promote their facilities . . . If they do not have that budgetary allowance, there are other ways they can effectively promote their facilities within their own regions in terms of co-operating with other departments of the federal government and also with other levels of government, vis-à-vis, provincial and municipal governments.

[Traduction]

Certaines inquiétudes ont été exprimées auprès du Ministère, probablement les mêmes qui sont parvenues à votre propre bureau relativement à ce qui se produit. Je ne veux pas esquiver la question, mais, dans une certaine mesure, elle est principalement hors des mains de Tourisme Canada pour le moment. Cela relève davantage de M. McMillan et de ses préoccupations. Il semble que nous allons devoir attendre et voir ce qui se passe.

M. Cassidy: Puis-je vous exhorter à vous occuper particulièrement de cette question?

Le président: Votre temps est écoulé, je suis désolé. Monsieur Dingwall.

M. Dingwall: Je désire poser une question au contrôleur. Je me demande si vous pourriez préciser quelles sommes d'argent ont été fournies en 1985-1986 et combien on prévoit fournir en 1986-1987 à *Camp Associates* pour divers frais de publicité imputables à Tourisme Canada. Pourriez-vous nous donner ces chiffres?

M. C. Oliver (contrôleur, ministère de l'Expansion industrielle régionale): Monsieur le président, j'ai dans mes dossiers un chiffre général de 27.6 millions de dollars dépensés pour des activités de commercialisation en 1985-1986, et de 26.4 millions de dollars affectés à 1986-1987. Je crois comprendre que la plus grosse part va à *Camp Associates*.

M. Dingwall: Est-ce qu'un mémoire d'entente, ou un contrat, a été signé? Seriez-vous en mesure de produire ce contrat?

M. Oliver: Bien sûr.

M. Dingwall: Je demande cela au Ministre . . .

M. Murta: Oh! pardon. L'argent que M. Oliver a mentionné ne représente pas les honoraires de *Camp Associates* ni quelque chose du genre. Il s'agit de la somme totale qui a été dépensée pour les relations publiques et l'ensemble des efforts dont nous parlons . . .

M. Oliver: Cela couvre toute notre activité ainsi que . . .

M. Murta: Ils ont des honoraires réguliers, comme la plupart de ces entreprises.

M. Oliver: Ce ne sont pas des honoraires.

M. Dingwall: Que faites-vous de Parcs Canada? Est-ce que cet organisme a un budget ou quelque chose du genre à des fins de publicité? Si tel est le cas, vous devriez le lui retirer. C'est à vous, Monsieur le Ministre, que devrait revenir la publicité de Parcs Canada.

Les personnes associées à cet organisme devraient vivre à l'heure du XXe et du XXIe siècles. Je ne dis pas cela pour être méchant, Monsieur le président, mais c'est un fait: ils doivent se rendre compte que nous vivons dans un monde réel et qu'ils ont l'obligation, soit de promouvoir leurs services au moyen de leur propre mécanisme budgétaire . . . S'ils n'ont pas les crédits budgétaires, il existe d'autres façons de faire connaître efficacement leurs services dans leurs propres régions, en collaborant avec d'autres ministères fédéraux ainsi et d'autres administrations publiques, que ce soit au niveau provincial ou municipal.