

Corée—88 t d'uranium. (i) Services publics de Corée. (ii) Non.

Royaume-Uni—752 t d'uranium. (i) Services publics du Royaume-Uni. (ii) Non.

Suède—118 t d'uranium. (i) Services publics de Suède. (ii) Non.

b) 1981 (Destinations finales)

République fédérale d'Allemagne (RFA)—775 t d'uranium. (i) Services publics de la RFA. (ii) La RFA a demandé que 256 t d'uranium soient enrichies en URSS.

France—242 t d'uranium. (i) Services publics de France. (ii) Non.

Espagne—110 t d'uranium. (i) Services publics d'Espagne. (ii) Non.

Japon—2897 t d'uranium. (i) Services publics du Japon. (ii) Non.

Suède—71 t d'uranium. (i) Services publics de Suède. (ii) La Suède a demandé que 50 t d'uranium soient enrichies en URSS.

Belgique—31 t d'uranium. (i) Services publics de Belgique. (ii) Non.

Pays-Bas—82 t d'uranium. (i) Services publics des Pays-Bas. (ii) Non.

États-Unis d'Amérique—3018 t d'uranium. Cette quantité comprend 132 t d'uranium expédiées aux É.-U. pour y être stockées en attendant leur enrichissement à façon et auxquelles on n'a pas encore assigné de destination finale. (i) Services publics des États-Unis. (ii) Non.

Royaume-Uni—680 t d'uranium. (i) Services publics du Royaume-Uni. (ii) Non.

8. L'Agence internationale de l'énergie atomique (AIEA) est avisée de chaque expédition de substances nucléaires en partance du Canada, comme le stipule l'entente ratifiée par le Canada et l'Agence concernant l'application des garanties du traité sur la non-prolifération des armes nucléaires. Les registres des transferts effectués ultérieurement sont tenus par la CCEA.

AIR CANADA—LE BUDGET DE PUBLICITÉ

Question n° 4487—**M. Siddon:**

1. Combien Air Canada a-t-elle dépensé en publicité, au cours de l'année financière a) 1980-1981, b) 1981-1982?

2. Quel est le budget de publicité prévu pour l'année financière 1982-1983?

3. Quel pourcentage de son budget de publicité de 1982-1983, Air Canada consacrerait-elle a) aux journaux et revues, b) à la radio, c) à la télévision, d) aux foires commerciales ou congrès, e) aux autres médias?

4. Air Canada a-t-elle déclaré un déficit pour l'année financière a) 1980-1981, b) 1981-1982 et, le cas échéant, de combien?

M. Jesse P. Flis (secrétaire parlementaire du ministre des Transports): Voici la réponse de l'Administration d'Air Canada:

L'année financière d'Air Canada coïncide avec l'année civile, c'est pourquoi les réponses suivantes ne recourent pas exactement les périodes visées par les questions.

1. a) en 1980, le budget alloué pour la publicité était de \$32,603,000, soit 1.8 p. 100 du budget de fonctionnement, b) en 1981, le montant alloué à ce chapitre était de \$35,063,000, soit 1.6 p. 100 du budget de fonctionnement, c) en 1982, le montant n'a pas encore été déterminé, mais le pourcentage restera sensiblement le même par rapport au budget de fonctionnement.

Questions au Feuilleton

2. Le budget de publicité pour 1983 n'a pas encore été fixé.

3. La majeure partie du budget d'Air Canada va aux journaux en raison de leur souplesse. Il faut réserver les heures d'antenne à la radio et à la télévision, ce qui constitue un désavantage. Les pourcentages sont considérés comme des renseignements confidentiels, car si la société révélait d'avance ses stratégies de publicité, les concurrents canadiens et étrangers pourraient en tirer parti.

4. Le rapport annuel, déposé devant le Parlement le 29 mars 1982 et distribué à tous les députés, indique que la société a réalisé des profits de 200 millions, de dollars au cours des cinq dernières années, notamment 40.1 millions de dollars en 1981 et 57 millions de dollars en 1980.

AIR CANADA—L'ASCENSION DU MONT EVEREST

Question n° 4503—**M. Stewart:**

1. Air Canada a-t-elle commandité, en totalité ou en partie, une équipe d'alpinistes pour leur permettre de faire l'ascension du mont Everest au Népal et, le cas échéant, combien cette commandite a-t-elle coûté au total au Trésor public, y compris a) les pratiques préparatoires à l'ascension à d'autres endroits, b) l'organisation de l'équipe, c) l'équipement et les fournitures de l'équipe, d) le paiement des guides sherpa, e) tous les billets d'avion, y compris l'aller-retour Canada-Népal, f) la publicité?

2. Pour quelle raison, s'il en est, a-t-on utilisé des fonds publics pour commanditer cette expédition?

M. Jesse P. Flis (secrétaire parlementaire du ministre des Transports): Voici la réponse de l'Administration d'Air Canada:

1 et 2. Air Canada était le seul commanditaire de l'ascension, mais de nombreuses firmes canadiennes ont fourni des biens et services. Les coûts du projet ont été défrayés à l'aide de fonds alloués à la publicité et issus des recettes accumulées. Étant donné que les dépenses de publicité font partie des dépenses courantes d'une compagnie aérienne, les contribuables n'ont pas eu à en défrayer les coûts. Cette campagne de publicité a été orchestrée pour diverses raisons, notamment ses répercussions sur le public, la mise en évidence de la société, et le projet d'inauguration d'une ligne aérienne en Asie dans un avenir rapproché, c'est-à-dire après la signature d'un accord bilatéral favorable.

* * *

[Traduction]

QUESTIONS TRANSFORMÉES EN ORDRE DE DÉPÔT DE DOCUMENTS

M. David Smith (secrétaire parlementaire du président du Conseil privé): Madame le Président, si la question n° 4262 pouvait être transformée en ordre de dépôt de document, le document serait déposé immédiatement.

[Français]

Mme le Président: On a répondu aux questions énumérées par l'honorable secrétaire parlementaire. La Chambre désire-t-elle que la question n° 4262 soit réputée transformée en ordre de dépôt de document?

Des voix: D'accord.

[Texte]

REVENU NATIONAL—LE CODE DÉONTOLOGIQUE

Question n° 4262—**M. Crosby:**

1. Le ministère du Revenu national possède-t-il des règles ou règlements de conduite ou normes de comportement régissant ses employés et, le cas échéant,