



---

# ASSEMBLÉE NATIONALE

---

QUATRIÈME INTERSESSION

TRENTE-DEUXIÈME LÉGISLATURE

## journal des Débats

### Commissions parlementaires

---

Commission permanente de la culture

Vérification des engagements financiers

Ministères: Communications et Communautés  
culturelles et Immigration

Période: Février, mars, avril, mai et juin 1984

Président: M. Richard Guay

Le jeudi 4 octobre 1984 - No 1

---

QUÉBEC

Table des matières

Adoption de l'ordre du jour	CC-1
Organisation des travaux	CC-2
Communications	
Engagements de février	CC-2
Engagements de mars	CC-10
Engagements d'avril	CC-17
Engagements de mai	CC-25
Engagements de juin	CC-26
Communautés culturelles et Immigration	CC-34
Engagements d'avril, mai et juin	CC-34

Intervenants

M. Richard French, président  
M. Jean-François Bertrand  
M. Michel Gauthier  
M. Jean-Paul Champagne  
M. Roma Hains  
M. Raymond Brouillet  
M. Réjean Doyon

Abonnement: 30 \$ par année pour les débats de la Chambre

Chèque rédigé à l'ordre du ministre des Finances et adressé à  
Éditeur officiel du Québec  
Diffusion commerciale des publications gouvernementales  
1283, boulevard Charest-Ouest  
Québec G1N 2C9  
Tél. (418) 643-5150

0,75 \$ l'exemplaire - Index 5 \$ en vente au  
Service des documents parlementaires  
Assemblée nationale  
Édifice H - 4e étage  
Québec G1A 1A7

Courrier de deuxième classe - Enregistrement no 1762

Le jeudi 4 octobre 1984

## Vérification des engagements financiers

(Dix heures quarante-trois minutes)

**Le Président (M. French):** Messieurs, si je peux vous inviter à prendre place, cette réunion de la commission de la culture va commencer. Le mandat de la commission consiste à vérifier les engagements financiers des mois de février et de mars du ministère des Communications, ainsi que ceux des mois d'avril, mai et juin des ministères des Communications, des Communautés culturelles et de l'Immigration et des Affaires culturelles.

Remplaçant M. Baril (Rouyn-Noranda-Témiscamingue), M. Desbiens (Dubuc). Sont présents à cette commission: MM. Brouillet (Chauveau), Champagne (Mille-Îles) - M. Dauphin (Marquette), en lune de miel - Doyon (Louis-Hébert), French (Westmount), Gauthier (Roberval), Hains (Saint-Henri). Mme Lachapelle (Dorion) est remplacée par M. Paré (Shefford) qui n'est pas présent. M. Proulx (Saint-Jean). Cela va? Pour ce qui est de la réunion... Excusez-moi, M. le député de Roberval.

**M. Gauthier:** Est-ce que vous avez mentionné mon nom à l'appel des membres, M. le Président?

**Le Président (M. French):** Oui, votre nom a été mentionné.

**M. Gauthier:** Cela devait être dans l'euphorie de la lune de miel du député de Marquette, M. le Président, que j'ai perdu ce bout.

**Le Président (M. French):** Oui, cela doit être cela.

**Une voix:** Tiens, si ce n'est pas notre ministre qui est là!

**Une voix:** Ah, si ce n'est pas Jean-François! Bonjour!

## Adoption de l'ordre du jour

**Le Président (M. French):** Nous avons un ordre du jour qui comprend l'organisation des travaux et la vérification des engagements financiers. Compte tenu de la présence du ministre, nous allons commencer par le ministère des Communications. Viendront ensuite le ministère des Affaires culturelles et celui des Communautés

culturelles et de l'Immigration. Est-ce qu'il y a d'autres suggestions concernant l'ordre du jour de cette réunion? M. le député de Mille-Îles.

**M. Champagne:** M. le Président, je voudrais savoir comment va se répartir le temps puisque nous devons étudier les engagements de plusieurs ministères. Je voudrais savoir pendant combien de temps chacun des ministères devrait être sur la sellette...

**Le Président (M. French):** M. le député, on n'en est pas encore là. On n'a pas adopté l'ordre du jour qui comprend les discussions dont vous parlez. Je dois comprendre que vous êtes d'accord avec l'ordre du jour. Il n'y a pas d'autres questions?

**M. Hains:** Moi, j'en aurais une.

**Le Président (M. French):** Oui M. le député. Sur l'ordre du jour proprement dit?

**M. Hains:** Je pense que oui. Je vais m'en tenir à cela. Pensez-vous qu'il serait possible, aujourd'hui, d'omettre l'étude du bilan financier des Affaires culturelles afin que, mardi prochain, quand on aura tous les chiffres qui doivent être fournis concernant les fêtes du 450<sup>e</sup> anniversaire, nous soyons plus aptes à faire une étude sérieuse avec M. le ministre comme invité?

**Le Président (M. French):** M. le député, c'est un point qu'on pourra discuter lorsqu'on sera rendu à l'étude des engagements financiers de ce ministère.

**M. Hains:** C'était dans l'ordre du jour. Moi, je...

**Le Président (M. French):** Oui, c'est inclus dans l'ordre du jour, mais le résultat de notre discussion n'est nullement compromis par l'acceptation de l'ordre du jour. Cela va?

**M. Hains:** Voilà. Merci.

**Le Président (M. French):** L'ordre du jour est adopté. M. le député de Mille-Îles sur l'organisation des travaux.

### Organisation des travaux

**M. Champagne:** Voici ce que je disais tout à l'heure, M. le Président. Je voudrais savoir comment le temps sera réparti. Nous avons devant nous les engagements financiers des ministères des Communications, des Affaires culturelles et des Communautés culturelles. Dans un premier temps, je voudrais savoir quel est le temps alloué à ces différents ministères et, deuxièmement, comment se répartira le temps autour de la table pour les interventions.

**Le Président (M. French):** M. le député de Mille-Îles, je vais donner ma compréhension sous réserve d'autres commentaires. Nous sommes ici surtout pour la discussion des crédits du ministère des Communications. Puisque c'est le seul ministre qui a été convoqué, la grande majorité de notre temps pour ce qui est de la réunion proprement dite - je dis cela parce que je veux vous rappeler qu'il y a une séance de travail après la réunion - sera allouée au ministère des Communications. Si je devine ce que mes collègues vont dire et ce que les députés ministériels vont dire pour le ministère des Affaires culturelles et le ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration, je dois imaginer que cela passerait relativement rapidement. C'est-à-dire que ce serait plus une formalité qu'autre chose. Quant à la réunion proprement dite, elle concernera surtout le ministère des Communications.

**M. Champagne:** Quant au temps alloué, est-ce une heure, deux heures, trois heures ou la journée?

**Le Président (M. French):** Quant à moi, c'est aussi longtemps que les députés veulent interroger le ministre des Communications et aussi longtemps que celui-ci a à donner à la commission. Je présume qu'il ne s'engage pas, par sa présence ici, à rester 12 heures.

**M. Bertrand:** Je suis à la disposition des membres de la commission.

**Le Président (M. French):** On connaît fort bien le ministre et on sait fort bien qu'il sera disponible pour la commission.

**M. Champagne:** C'est parce que je ne voudrais pas me retrouver encore ici demain matin. Au départ, je fais confiance aux membres de la commission autour de cette table pour ne pas abuser, quand même.

**Le Président (M. French):** Je pense, M. le député de Mille-Îles, qu'on va vous pardonner. Si les membres de la commission abusent, vous partirez et on comprendra. Y a-t-il d'autres questions ou commentaires au début?

L'organisation devrait surtout être

celle-ci: quelques heures avec le ministre des Communications. Pour ce qui est de la répartition du temps, M. le député de Mille-Îles, nous n'avons pas eu de problème jusqu'ici dans ce domaine. La présidence s'engage, suivant les règles, à protéger le droit d'intervenir de tout le monde. Cela va? Je vais demander à la secrétaire de procéder ainsi à l'enregistrement du temps pris par chaque personne. Si besoin est, et j'en doute, nous appliquerons le règlement. Y a-t-il d'autres questions ou commentaires avant que nous ne commençons l'étude des engagements financiers du ministère des Communications?

M. le vice-président.

M. Brouillet: Cela va. Je crois qu'il est temps de commencer.

**Le Président (M. French):** Je veux vous rappeler, encore une fois, qu'une séance de travail suivra ces travaux. Cela ne devrait pas prendre plus de 20 minutes. Cela ne s'applique pas au député de Dubuc, mais je veux que les membres de la commission soient conscients que nous allons discuter notre mandat d'initiative et d'autres problèmes d'horaire.

### Communications

#### Engagements de février

Nous allons procéder à l'étude des engagements financiers du ministère des Communications en février.

M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Merci, M. le Président. Je voudrais tout d'abord saluer le ministre des Communications et le remercier de se mettre à la disposition de la commission pour fournir certains renseignements qui s'avèrent nécessaires, à notre point de vue, en ce qui concerne les engagements financiers pour les mois de février, mars, avril, mai et juin 1984 du ministère des Communications.

Pour entrer dans le vif du sujet, M. le Président, j'aimerais tout d'abord référer le ministre à l'engagement 15 de février 1984 qui se lit comme suit: "Contrat de services pour la production d'un bulletin électronique quotidien d'information gouvernementale sur le canal 14 d'une durée de cinq minutes en alternance avec le bulletin d'Edimédia qui dure quinze minutes, sept jours par semaine, 24 heures par jour, pour les régions de Québec, Sherbrooke, Victoriaville, etc. Fournisseur: Edimédia. Montant de l'engagement total: 42 746 \$, dont 14 841 \$ pour l'année 1983-1984 et, pour l'année 1984-1985, 27 932 \$.

À ce sujet, j'aimerais demander au ministre si, pour ce contrat négocié - parce

qu'il s'agit bien d'un contrat négocié - des approches ont été faites auprès d'autres fournisseurs éventuels d'un tel service. En même temps, est-ce que le ministre pourrait nous dire de quand date la décision du ministère des Communications de produire un tel bulletin électronique d'information gouvernementale? Également, M. le ministre, pourquoi cet engagement financier apparaît-il simplement en février 1984 alors qu'on voit qu'il a une imputation budgétaire 1983-1984? Est-ce que cela a commencé en février 1984? Cela a commencé en janvier, en tout cas. Quelles sont les raisons qui font qu'on est à cheval sur deux années budgétaires?

**M. Bertrand:** Pendant que mes collègues obtiennent les détails concernant les dates précises que vous sollicitez, à savoir quand a commencé le projet, je voudrais répondre à la première partie de votre question. Pourquoi un seul fournisseur? La raison est très simple. C'est qu'Édimédia, qui est une filiale d'Unimédia, a décidé de conclure une entente avec la société Vidéotron, Câblevision nationale, afin d'être présent sur un des canaux de cette entreprise de câblodistribution qui est le canal 14. Il n'y avait donc aucune autre entreprise qui s'était montrée intéressée à discuter ou à négocier avec Vidéotron cette présence sur le canal 14. On se rappellera qu'il y a quelques années, le journal La Presse, à Montréal, avait tenté une telle expérience. Finalement, on en était venu à la conclusion - je pense que c'était à l'époque d'une rationalisation des ressources et d'une forme d'exercice de compression budgétaire dans l'entreprise - on avait décidé de mettre fin à cette expérience qui sollicitait de sa part le travail presque à temps plein de cinq ou six personnes. Alors, ces gens avaient quitté le canal et avaient cessé d'être présents avec la société Vidéotron pour ce bulletin d'information quotidien.

Alors Édimédia a fait une proposition et a pressenti le ministère des Communications qui s'était montré intéressé pour lui dire: Si vous êtes intéressé à présenter, dans un carrousel de 20 minutes d'information un bloc de cinq minutes relatif à l'information gouvernementale, quant à nous, nous sommes disposés à ce que vous soyez effectivement présents sur ce carrousel d'information fait de quinze minutes d'information qui sont transmises par la société Édimédia et de cinq minutes d'information transmises par Communication-Québec, à partir de renseignements obtenus dans les différents ministères pour l'information des gens.

Je pense d'ailleurs qu'en cinq minutes il passe à peu près... Inauguré officiellement le 15 février 1983, le bulletin a présenté, jusqu'au 31 mars 1984, 2097 nouvelles différentes intéressant 180 ministères et

organismes.

Donc, encore une fois, pourquoi ce fournisseur unique? C'est parce que seule Édimédia s'était montrée intéressée à conclure une entente avec Vidéotron et que, si nous voulions être présents dans leur carrousel d'information de vingt minutes pour une période de cinq minutes, c'est avec elle que nous nous devions de faire affaires.

Pour les dates, M. le député de Louis-Hébert, au départ, l'expérience en était une de six mois avant que nous signions un contrat avec Édimédia. Cette période de six mois est allée du 15 mars 1983 au 30 septembre 1983, après quoi nous avons procédé à la signature en bonne et due forme d'un contrat avec Édimédia pour un montant de 14 841 \$ couvrant la période 1983-1984, et de 27 932 \$ pour 1984-1985.

**M. Doyon:** M. le Président, pour faire suite...

**M. Bertrand:** Je m'excuse, M. le député de Louis-Hébert, en plus du bulletin régulier qu'on avait initialement conçu, il s'est ajouté un bulletin plus spécialisé sur l'état des routes et ce bulletin est plus spécifiquement sous la responsabilité du ministère des Transports.

**M. Doyon:** Pour faire suite à ces renseignements, si je comprends bien les explications du ministre, est-ce que je dois en conclure qu'il n'y a pas de coûts de diffusion comme tel? Il y a un coût de production. La diffusion comme telle n'est pas imputée au ministère. C'est à l'intérieur d'une enveloppe de nouvelles qui est présentée par Unimédia.

**M. Bertrand:** C'est exact.

**M. Doyon:** Il n'y a donc pas de coût de diffusion. Il y a uniquement un coût de production.

**M. Bertrand:** De production, c'est-à-dire qu'il faut préparer, bien sûr, les différents messages d'information. Il y a donc un certain nombre de personnes qui doivent travailler là-dessus en association avec les gens d'Édimédia.

**M. Doyon:** Est-ce que le ministre est en mesure de nous informer s'il a en main ou s'il y a eu des études de faites concernant la pénétration de ce bulletin de nouvelles dans lequel il y a cinq minutes consacrées aux nouvelles gouvernementales? Est-ce qu'on a des indications sur l'impact? Est-ce que c'est lu? Est-ce que c'est suivi?

**M. Bertrand:** Je vous donne ici des renseignements qui nous ont été communiqués, M. le député. Des chiffres

nous ont été fournis qui nous permettent de croire que dans les villes de Québec et Montréal, 440 650 foyers peuvent capter le journal électronique. Nous estimons que dans 233 544 de ces foyers, on prend connaissance du journal électronique. On estime que 40% des lecteurs consultent le bloc information gouvernementale cinq fois et plus par semaine et que 60% le regardent une ou deux fois pendant cette même période. Nous savons également que 30% des abonnés ont remarqué la présence d'une section portant sur l'information gouvernementale. La même constatation se retrouve chez 55,4% des lecteurs. Compte tenu de ces facteurs, nous pouvons estimer que le bulletin des actualités gouvernementales atteint 129 383 foyers ou 362 272 personnes par semaine. Nous pouvons également estimer le nombre de consultations hebdomadaires, qui est une autre donnée, et nous croyons que ce nombre dépasse - d'après, bien sûr, les évaluations que les gens peuvent faire en extrapolant un peu sur les gens qui, effectivement, le regardent - 1 000 000.

M. Doyon: Merci.

**Le Président (M. French):** Y a-t-il d'autres questions? M. le ministre, pour ma part, il est clair que le matériel de base de ce bulletin électronique est fourni par les ministères et les agences gouvernementales. Cela se résume donc aux communiqués de presse des services de communications. Ces communiqués de presse sont préparés de façon très mécanique et sont diffusés dans les foyers.

**M. Bertrand:** Et synthétisés, bien sûr, pour donner l'essentiel de l'information, puisqu'il y a deux ou trois images qui résument l'ensemble de l'information qui est transmise. C'est sous forme de capsules, d'ailleurs, de la même façon qu'Édimédia, pour ses quinze minutes, doit fonctionner sous forme de capsules relativement courtes.

**Le Président (M. French):** Je pense qu'on peut dire sans danger d'exagérer qu'il n'y a pas de jugement journalistique critique appliqué à ces documents.

**M. Bertrand:** Non.  
(11 heures)

**Le Président (M. French):** On peut donc dire que les renseignements en question s'assimilent plus à une campagne de publicité qu'à une campagne d'information.

**M. Bertrand:** Non.

**Le Président (M. French):** Pourquoi?

**M. Bertrand:** J'aimerais avoir des exemples précis à la portée de la main, mais

je ne crois pas en avoir, parce que à l'occasion il m'arrive de "syntoniser" le canal 14, ici à Québec, et de regarder comment cela se passe. Je me rends compte, chaque fois que je le regarde, qu'il s'agit essentiellement d'information provenant des directions de communications des ministères et organismes qui tentent de bien renseigner le citoyen sur des éléments d'actualité immédiate, par exemple, lors de l'ouverture de la saison de la chasse ou de la pêche, ou d'une actualité dans le sens strict du terme, c'est-à-dire une information qui origine d'une décision qui vient tout juste d'être prise et qui a besoin d'être transmise. Je vais vous donner un exemple. Le programme Logirente s'adresse maintenant aux personnes qui ont 60 ans et plus, alors qu'auparavant, il s'adressait aux personnes de 65 et plus. Il est évident que c'est le genre d'information qui s'adresse aux personnes âgées qui est susceptible de se retrouver dans une des capsules d'information gouvernementale. Alors, il peut donc arriver dans certains cas, M. le député, que vous soyez porté à assimiler une information portant sur un nouveau programme qui vient d'entrer en vigueur à une information publicitaire de nature publicitaire, mais, c'est une information indispensable pour les gens qui veulent savoir que le programme ou le service existe ou vient tout juste d'être introduit.

**Le Président (M. French):** Existe-t-il une ligne directrice qui fait en sorte que c'est clair pour tout le monde et que ce que le ministre nous dit est systématiquement respecté à l'intérieur du mécanisme dont il est question?

**M. Bertrand:** Moi, je peux vous dire que les personnes qui travaillent à la préparation quotidienne d'environ six nouvelles pour ce court bulletin de cinq minutes...

**Le Président (M. French):** Sont-ils des employés du ministère des Communications?

**M. Bertrand:** Ce sont des employés de Communication-Québec.

**Le Président (M. French):** De Communication-Québec?

**M. Bertrand:** Oui, relevant du ministère des Communications.

**Le Président (M. French):** Le matériel de base, ce sont des renseignements transmis à Communication-Québec, par le ministère.

**M. Bertrand:** Ce sont des renseignements qui, effectivement s'ils n'étaient pas véhiculés, par exemple, dans ce court bulletin de cinq minutes...

**Le Président (M. French):** ...pourraient se retrouver dans d'autres...

**M. Bertrand:** ...le sont de toute façon - par exemple, pour quelqu'un qui appelle à un bureau de Communication-Québec et qui désire obtenir le renseignement. Alors, c'est une information qui s'ajoute, si vous voulez à ce que fait...

**Le Président (M. French):** Il ne s'agit pas d'un titre comme le suivant: Le ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, M. Jean Garon, a dit aujourd'hui que les programmes fédéraux etc., ce n'est pas ce genre de renseignement qui est diffusé dans le programme dont il est question.

**M. Bertrand:** Je ne voudrais surtout pas dire quoi que ce soit sans avoir procédé à une vérification qui ferait le tour des 2097 nouvelles qui ont été présentées jusqu'à maintenant, c'est-à-dire présentées jusqu'au 31 mars 1984. Donc, il y en a eu d'autres depuis le 31 mars 1984 et qui intéressent 180 ministères et organismes. Mais, il y a probablement dans les 2097 nouvelles, certaines de ces nouvelles qui font état de l'annonce par un ministre d'une mesure gouvernementale nouvelle s'adressant à une clientèle particulière, que ce soit par secteur d'activité ou que ce soit par région. Je ne voudrais pas m'avancer plus loin pour l'instant, M. le député, parce que je n'ai pas ce genre d'information à portée de la main.

**Le Président (M. French):** Je voudrais suggérer au ministre que, la prochaine fois qu'on se rencontrera pour l'étude des engagements financiers de son ministère, il nous présente des lignes directrices qui s'appliqueraient à ce genre de programme, ce qui ferait qu'il n'y aurait pas de citation ni de mention du ministre comme individu. Le genre d'information ainsi diffusé serait tout à fait du genre changement d'éligibilité pour Logirente, annonce de nouveaux programmes de soutien pour les pomiculteurs ou ce genre de renseignement et non pas du genre: Le ministre, M. Untel, a dit telle chose aujourd'hui. Ma raison est très simple. Ou il s'agit de la publicité gouvernementale qui pourrait être systématiquement scrutée comme telle, ou cela s'applique à un exercice de relations publiques par l'intermédiaire des journalistes qui ont une certaine capacité critique. Là, on se situe au milieu des deux. Il est très clair et nécessaire que, compte tenu de l'implication très profonde des fonctionnaires dans l'exercice et du fait qu'il n'y a pas d'exercice de jugement journalistique, ce soit dénué de toute possibilité d'abus. Il est clair et net qu'aucun porte-parole de l'Opposition n'a été cité dans cet exercice. Il ne le

pouvait pas parce que le processus est hermétique. Donc, la même chose devrait être le cas pour les ministres en tant que personnes, qu'individus et que personnalités politiques, même si ce n'est pas le cas de leur ministère qui doit toujours être présent.

**M. Bertrand:** Je vais faire une vérification beaucoup plus poussée, M. le député, parce que la connaissance que j'ai jusqu'à maintenant de ces cinq minutes qui font partie d'un bloc global de vingt minutes, c'est que ce sont vraiment des renseignements pour faciliter à la population l'accès à des informations qui, autrement, ne leur seraient pas transmises avec toute l'efficacité requise pour que les gens soient bien au courant de ce qui se passe. D'ailleurs l'ajout de l'information relativement à l'état des routes est une information qui est en soi très intéressante à obtenir pour les gens...

**Le Président (M. French):** M. le ministre, personne ne met en doute la valeur de cet exercice.

**M. Bertrand:** Non, mais... Je serais même prêt à faire plus que cela, M. le député de Westmount. Concernant les 2097 nouvelles qui ont été diffusées entre le 15 février 1983 et le 31 mars 1984 - on doit avoir le texte de ces 2097 nouvelles parce que c'est rédigé avant d'être transmis par le bulletin d'actualité gouvernementale et il y en a d'autres depuis ce temps - on pourrait faire, dans la mesure où c'est accessible, bien sûr - je vais poser la question aux gens qui travaillent là-dessus - le relevé de ce qui a été diffusé.

**Le Président (M. French):** On est plus intéressé par l'avenir, M. le ministre. On est tout à fait prêt à accepter l'argumentation ou le diagnostic que vous faites; votre conception de l'exercice est tout à fait acceptable, en tout cas pour ma part. Mais ce qui nous préoccupe c'est que vous soyez, à ce temps-ci l'année prochaine, en mesure de nous dire que jamais un ministre n'a été cité - ce n'est pas compliqué - que jamais une personnalité politique n'a été citée dans ce genre de diffusion de renseignements. C'est aussi simple que cela.

**M. Bertrand:** Sauf que, si le député me le permet, quand, par exemple, prenons un cas précis, Mme Pauline Marois annonce la mise sur pied d'un programme de rattrapage scolaire pour les jeunes qui sont à l'heure actuelle des bénéficiaires de l'aide sociale - je voudrais voir, j'irai consulter - il a bien pu arriver dans le passé qu'il ait été fait mention que Mme Pauline Marois a annoncé hier...

**Le Président (M. French):** Je comprends, M. le ministre, il ne s'agit pas de réécrire l'histoire. On accepte que cela aurait pu se produire. C'est précisément pour cela qu'on vous invite, pour l'avenir, à faire en sorte que le nom des ministres ne soit pas impliqué dans un exercice où, je le répète, il n'y a pas de jugement journalistique d'appliqué.

**M. Bertrand:** Une chose est très claire, M. le député de Westmount, c'est que toutes ces informations ne proviennent pas des cabinets politiques et des attachés de presse des ministres. Elles proviennent des directions de communications des ministères et organismes.

**Le Président (M. French):** Cela est très important et peut-être que, dans les lignes directrices en question, cela pourrait être inclus. M. le député de Mille-Îles.

**M. Champagne:** C'est une question peut-être de fond. Je pense qu'il faut poser la question, je suis d'accord. Maintenant, il ne s'agirait pas que le canal 14 que j'écoute chez moi de temps en temps ait, à un moment donné, une restriction qui consisterait à dire que les ministres du Québec n'ont pas droit à leur opinion, quoi! Du côté fédéral, par exemple, qu'on parle de Pierre Elliott Trudeau comme on l'a fait dans le passé, qu'on parle de Mulroney, qu'on parle de ministres fédéraux, soit, mais les ministres du Québec ne doivent pas être cités et ne doivent donner leur opinion en aucun moment.

Je pense qu'il s'agirait peut-être d'avoir une certaine ouverture d'esprit et j'ai même vu, je pense - je dis je pense bien - à l'occasion, dis-je bien, certaines déclarations aussi de membres de l'Opposition. S'il faut enlever tout ce que les membres de l'Opposition vont dire, tout ce que les ministres vont dire, par exemple, qu'il y a eu un investissement même à l'étranger, parce que cela peut devenir partisan, je dis qu'on va étrangler l'information qui, actuellement, comporte une information à la fois locale, nationale et internationale. Ici, on a assez peur qu'ils fassent passer des messages ou des opinions de ministres québécois; c'est cela, notre grande préoccupation autour de cette table. Je pense qu'il faudrait avoir une certaine confiance et une largeur de vue pour qu'à l'occasion même des prises de position soient admissibles dans un journal d'information comme celui dont il est question.

**M. Bertrand:** D'ailleurs, M. le député, je peux vérifier une chose, mais je suis convaincu qu'aucun de ces messages d'information n'était l'expression d'une opinion d'un membre du gouvernement

relativement à un dossier quelconque. Par ailleurs, dans les quinze minutes qui précèdent ces cinq minutes qui sont sous la responsabilité desdits médias, là, vous retrouvez vraiment les grandes manchettes de l'actualité quotidienne et, effectivement, vous retrouvez des expressions d'opinion de toute nature sur différents sujets.

**Le Président (M. French):** Il ne s'agit pas ici des quinze minutes.

**M. Bertrand:** Non, non, mais je veux qu'on fasse, pour bien comprendre... En d'autres mots, ce qui est diffusé dans ces cinq minutes, c'est de la même nature que le travail qu'effectue Communication-Québec pour donner des informations aux citoyens sur les services et les programmes gouvernementaux.

**Le Président (M. French):** Voilà ce qui est critique, M. le ministre, et si vous pouviez revenir la prochaine fois qu'on se verra avec cette assurance, je pense que les membres... En tout cas, pour ma part, je serais très satisfait.

**M. Champagne:** Une deuxième question, M. le ministre.

**Le Président (M. French):** M. le député de Mille-Îles.

**M. Champagne:** Vous avez parlé d'auditoires tout à l'heure et j'ai été surpris. Quel était le nombre que vous avez avancé de foyers qui pouvaient capter le canal 14?

**M. Bertrand:** 440 650 foyers peuvent le capter.

**M. Champagne:** Cela va.

**M. Bertrand:** Et on estime que 233 544 de ces foyers prennent connaissance du journal électronique, ce qui, quand on fait ensuite l'analyse de l'auditoire réel qui a été rejoint, nous amène à un chiffre d'environ - il est plutôt précis - 362 272 personnes par semaine. C'est quand même considérable.

**Le Président (M. French):** M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** M. le Président, simplement pour que nous sachions exactement sur quel pied danser, dois-je comprendre de la part du ministre que les remarques qui ont été faites par le président de la commission, à savoir que, en aucune façon, ce qui est reproduit dans ces bulletins de nouvelles gouvernementales ne soit le reflet d'une matière d'une façon quelconque litigieuse dans laquelle le ministre est impliqué ou il fait valoir des points de vue ou aussi, en



aucune façon, il ne faudrait que cela serve et cela se comprend, M. le ministre... J'aimerais savoir ce que vous en pensez et si vous êtes prêt à prendre un engagement de cette nature, de façon que ce bulletin de nouvelles gouvernementales ne puisse servir à la promotion de ce qui est la personnalité politique d'un ministre.

(11 h 15)

En fait, ce que je veux dire, c'est que ce bulletin de nouvelles gouvernementales doit être d'ordre administratif. Peut-on s'entendre là-dessus? Si, dans le passé, il a pu arriver qu'on ait mentionné que telle décision avait été prise avec lui, le ministre Untel avec tout son titre et tout ce qui va autour, ne croyez-vous pas que dans l'avenir, il serait préférable de dépersonnaliser ce genre de bulletin de nouvelles de façon que ces nouvelles soient envisagées uniquement sous un angle administratif et non sur... Et c'est normal que dans le cours des choses, quand les ministres annoncent des choses ou des décisions, ils veuillent en prendre le crédit, mais étant donné qu'on est ici avec des fonds publics et qu'il n'y a pas de critères journalistiques, comme le disait le président, qui sont appliqués - parce qu'on reproduit en synthétisant, semble-t-il, ces nouvelles - n'y aurait-il pas lieu que, dorénavant, on s'entende sur le point que ces nouvelles doivent être de nature administrative, purement administrative, et on doit éviter de les personnaliser de façon que le seul point de vue d'analyse des nouvelles soit le point de vue du téléspectateur qui a besoin d'avoir une information et qui se fout éperdument que cela provienne de M. le ministre Jean Garon, ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation? Ce qui l'intéresse, c'est que le ministère de l'Agriculture annonce que... Que le crédit en soit donné au ministre de l'Agriculture, c'est très important pour celui-ci. Je comprends cela. Mais pour le bénéficiaire de la mesure gouvernementale, peu lui importe. Est-ce qu'on peut s'entendre sur cet effort qui devrait être fait?

**M. Bertrand:** On se comprend bien. Là, il faudrait faire la preuve que c'est une situation qui existe en ce moment ou qui a existé dans le passé. On comprend bien qu'en ce moment je ne suis pas en mesure de vous donner l'information indiquant que dans l'ensemble de toutes les nouvelles qui ont été communiquées, il y avait des nouvelles de cette nature. On se comprend bien là-dessus. Votre invitation - je l'ai bien comprise, vous l'avez très bien expliquée - va dans le sens de dire: Il faudrait, peu importe ce qui s'est passé dans le passé - et même si cela ne s'est pas passé dans le passé tant mieux - faire en sorte qu'il s'agisse bien d'informations qui sont un prolongement des services que rendent les

bureaux de Communication Québec par la voie de la télévision. Donc, dans ce contexte, qu'il soit bien clair que notre préoccupation première est le citoyen, la citoyenne qui a le droit de savoir qu'il existe des choses dans les services et programmes offerts par le gouvernement du Québec, ses ministères, ses organismes, qu'il faut avoir accès à ces informations et qu'il faut donc les traiter dans un contexte qui ne soit pas celui qu'on retrouve par exemple dans le traitement de la nouvelle ou de l'information dans un cabinet politique.

**Le Président (M. French):** Merci. Nous allons considérer que nous avons discuté l'engagement 15 de février 1984 des engagements financiers du ministère des Communications. MM. les députés, membres de la commission, avez-vous d'autres questions sur les engagements de février 1984?

**M. Doyon:** M. le Président, avec votre permission. Concernant l'engagement 17: "Subvention au Centre d'animation Saint-Pierre-de-Montréal, Inc., Montréal, à titre d'aide financière pour la réalisation de son projet concernant la rétroaction aux mass médias, 25 000 \$."

J'aimerais savoir de la part du ministre de qui, de quelles personnes se compose ce centre d'animation Saint-Pierre? Depuis quand existe-t-il? Est-ce la première subvention que reçoit ce centre d'animation? Quels sont les objectifs généraux qui sont poursuivis par ce centre? Où en est la réalisation du projet concernant la rétroaction aux mass médias? Fondamentalement, en quoi consiste ce projet concernant la rétroaction aux mass médias? De quoi s'agit-il? Quelle est l'utilité de cette analyse? À qui servira-t-elle? C'est un peu le portrait général que j'aimerais que vous nous traciez, M. le ministre.

**M. Bertrand:** Bien, M. le député. Alors, le Centre d'animation Saint-Pierre-de-Montréal est un lieu d'activités éducatives pour adultes particulièrement attentif aux besoins du milieu populaire et du monde des communications et qui oeuvre dans une perspective chrétienne de promotion communautaire.

Le projet de rétroaction aux médias de masse, pour lequel le centre a demandé notre appui financier, a, entre autres choses, pour objectifs généraux de sensibiliser principalement les milieux populaires au phénomène des médias de masse et à leur influence sur la vie des individus et des collectivités, d'amener les gens à réagir de façon critique aux médias et de susciter et secondar les interventions qui permettent aux groupes de répondre à leurs besoins dans le contexte des médias. D'après les rapports

que nous avons, il semble que le taux de satisfaction des participants à ce genre de séances d'animation qui rejoignent des adultes dans un contexte d'éducation populaire, pour l'année 1982-1983, ait été très élevé. Il semble aussi qu'il y ait eu, au niveau de la participation et de l'autofinancement, des efforts sérieux consentis par le Centre d'animation Saint-Pierre-de-Montréal. Je peux vous donner des chiffres pour 1982-1983. Nombre de participants: résultat prévu, 1250; résultat atteint, 1159; pourcentage d'efficacité, 93%. Autofinancement: résultat prévu, 6000; résultat atteint, 5084; pourcentage d'efficacité, 85%. Je ne connais pas le nombre d'années d'existence du centre - à moins qu'on n'ait l'information tout près de moi - mais la participation financière du ministère des Communications a été, en 1979-1980, de 15 000 \$; en 1980-1981, de 18 000 \$; en 1981-1982, de 19 800 \$; en 1982-1983, de 20 000 \$; en 1983-1984, de 25 000 \$.

**M. Doyon:** M. le Président.

**M. Bertrand:** Les frais d'inscription récoltés par le centre se chiffrent à 736 \$ en 1979-1980; à 958 \$ en 1980-1981; à 1746 \$ en 1981-1982; à 1683 \$ en 1982-1983; à 2000 \$ en 1983-1984. Donc, il y a eu un effort. En d'autres mots, en même temps que nos subventions ont augmenté, les efforts d'autofinancement du centre ont également augmenté de même que la participation.

**M. Doyon:** Est-ce qu'on peut en conclure, M. le ministre, que le coût global de ce projet est la subvention de 25 000 \$ à laquelle s'ajoute l'autofinancement du centre de l'ordre de 2000 \$ ou 2500 \$...

**M. Bertrand:** Plus...

**M. Doyon:** Est-ce qu'il y a des subventions d'ailleurs? Est-ce qu'il y a d'autres sources de revenus?

**M. Bertrand:** Oui. Le ministère de l'Éducation participe.

**M. Doyon:** À combien se chiffre cette participation?

**M. Bertrand:** Pour les cinq années dont j'ai fait mention: en 1979-1980, 7998 \$; en 1980-1981, 9784 \$; en 1981-1982, 6781 \$; en 1982-1983, 6074 \$; en 1983-1984, 6750 \$. Il y a aussi des honoraires sous forme de contrats qui sont probablement négociés entre le centre d'animation et certains groupes ou certaines personnes qui ont rapporté des montants qui sont passés de 2865 \$ à 3264 \$, à 4128 \$, à 3401 \$, à

3800 \$. Par exemple, pour la dernière année, le total des revenus du Centre d'animation Saint-Pierre était de 37 550 \$ dont 31 750 \$ provenaient de deux subventions gouvernementales, l'une du ministère des Communications, l'autre du ministère de l'Éducation du Québec.

**M. Doyon:** Est-ce que déjà le ministre a reçu des demandes de subvention pour l'année qui vient? Est-ce qu'une décision a été prise à ce sujet? En d'autres termes, est-ce un projet qui va devenir permanent et qui va susciter des dépenses de fonds publics d'une façon continue pour l'avenir?

**M. Bertrand:** C'est un centre qui, à notre point de vue, d'après l'analyse qu'en ont faite les fonctionnaires du ministère, remplit très bien sa mission qui est d'effectuer, sous forme de forum avec des adultes, un travail essentiellement d'éducation populaire pour inciter les gens et les sensibiliser au phénomène des médias de masse et en même temps leur faire prendre conscience de l'influence que ceux-ci peuvent avoir sur leur vie à titre individuel ou collectif et favoriser en même temps chez ces gens-là des échanges qui permettent de développer des attitudes d'analyse critique des mass media. Dans cette perspective, il nous semble que cela va tout à fait dans le sens d'une éducation et d'une formation critique bien vues que le ministère des Communications encourage. Comme il n'y a pas beaucoup d'organismes qui effectuent ce genre de travail, je pense que les efforts du Centre d'animation Saint-Pierre-de-Montréal méritent d'être encouragés.

Il y a, bien sûr, des conseils régionaux qui effectuent aussi en partie - parce qu'ils ont d'autres responsabilités - ce genre de travail de sensibilisation du public à l'influence des médias d'information dans leur vie de tous les jours qui constitue à développer chez les gens une forme de lecture critique non seulement des médias écrits mais des médias électroniques et d'ailleurs, de tout type d'informations qui peuvent leur être transmises par quelque support que ce soit. Donc, dans ce contexte-là, il y a des conseils régionaux comme, par exemple, le Conseil populaire des communications de l'Est du Québec. M. le député de Dubuc pourrait très bien en témoigner, il existe aussi un Conseil régional des communications Sagamie au Saguenay-Lac-Saint-Jean qui effectue auprès de la population ce genre de travail que nous subventionnons annuellement. Cela fait partie des objectifs que poursuit le ministère mais qui sont réalisés, en pratique, par des organismes qui oeuvrent dans le milieu.

**Le Président (M. French):** M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** En terminant, est-ce que le ministre a eu l'occasion de suggérer que cette analyse critique s'effectue aussi à l'endroit des campagnes de publicité gouvernementale?

**M. Bertrand:** La prochaine fois que j'écirai à M. Elzéar Béliveau, directeur général du Centre Saint-Pierre...

**M. Doyon:** Pour lui suggérer d'être critique vis-à-vis de vos campagnes publicitaires. C'est une très bonne idée.

**M. Bertrand:** Je ne dis pas que j'indiquerai dans ma lettre qu'un de leurs devoirs, en plus...

**M. Doyon:** Une de leurs préoccupations pourrait être...

**M. Bertrand:** ...c'est d'être très sensibles, comme je le disais tantôt, à tout type d'informations qui peuvent être transmises par quelque utilisation de support que ce soit mais je n'interviens pas dans le fonctionnement du Centre d'animation Saint-Pierre. Je pense que ce sont des personnes suffisamment responsables pour décider elles-mêmes de la façon par laquelle elles vont atteindre leurs objectifs que je vous ai décrits tantôt et qui m'apparaissent absolument louables et valables et qui méritent d'être encouragés par le ministère des Communications.

**Le Président (M. French):** M. le député de Roberval.

**M. Gauthier:** Je voudrais poser une question complémentaire au ministre, pas nécessairement sur cet engagement-là, mais sur des éléments de sa réponse. Est-ce que la structure des conseils régionaux des usagers de médias ou des trucs du genre du Centre d'animation Saint-Pierre existe dans toutes les régions? Deuxièmement, est-ce que le ministère tient une espèce de relevé sur le nombre de personnes rejointes par les activités de ces centres? Au niveau du financement, est-ce que le ministère tient compte d'un certain prorata? Par exemple, si 1000 personnes sont rejointes par un organisme qu'on subventionne pour 30 000 \$, cela veut dire que, pour des activités de formation ou autres, le ministère, dans le cadre du Centre d'animation Saint-Pierre, par exemple, consacre 30 \$ par client vu? Est-ce que des calculs de cette nature sont faits? Les subventions sont-elles données à partir de l'effort d'autofinancement, à partir d'un pourcentage?

(11 h 30)

**M. Bertrand:** C'est davantage ce dernier aspect, M. le député, qui est pris en considération quant au montant d'argent.

Nous demandons aux organismes d'avoir une politique d'autofinancement et, dans la mesure où cet autofinancement croît d'une année à l'autre, la subvention gouvernementale qui croît, elle aussi, d'une année à l'autre, se défend beaucoup plus que si, bien sûr, l'autofinancement décroissait. Lorsque j'ai donné les chiffres, tantôt, vous avez remarqué que, depuis cinq ans, la subvention du ministère des Communications a augmenté, mais en même temps le pourcentage d'autofinancement du Centre d'animation Saint-Pierre augmentait à peu près dans les mêmes proportions.

Deuxièmement, quant aux conseils régionaux, il n'y a pas une politique au ministère des Communications - je l'avais d'ailleurs indiqué lors de l'étude des crédits - de créer des conseils régionaux de communication. Nous laissons aux régions et aux usagers des médias d'information dans les régions ou aux gens qui s'intéressent au développement des communications dans les régions le soin de procéder à la création de tels conseils régionaux. Ceux qui existent en ce moment - il y en a cinq - sont très différents les uns des autres. Par exemple, celui de votre région, qui est un conseil des usagers des médias d'information, a des objectifs et des modes de fonctionnement qui sont très différents du Conseil régional des communications de l'Est du Québec qui, lui, dispose d'un budget beaucoup plus important et qui, par exemple, quand vient le temps pour Québec Téléphone de demander une hausse des tarifs, va se préparer, se documenter, se présenter devant la Régie des services publics ou, quand il s'agit d'un dossier relatif à des audiences tenues au CRTC, va se préparer, va aller devant le CRTC.

C'est très différent d'une région à l'autre, mais nous tenons compte chaque fois de ces critères dont vous parlez: l'autofinancement, la participation du milieu et aussi l'atteinte des objectifs qu'un organisme se fixe dans sa région. Il y a 105 000 \$, d'ailleurs, dans l'exercice financier actuel, qui vont à des subventions pour ces cinq organismes qui oeuvrent dans des régions du Québec afin de s'intéresser au développement des communications ou à une sensibilisation du public qui s'intéresse à l'analyse critique des médias d'information.

**Le Président (M. French):** M. le ministre, quelle est l'adresse du Centre d'animation Saint-Pierre?

**M. Bertrand:** 1212, rue Panet, Montréal, H2L 2Y7.

**Le Président (M. French):** Quels sont les noms des responsables?

**M. Bertrand:** Le directeur général du

Centre d'animation Saint-Pierre est M. Elzéar Béliveau. Dans les documents que j'ai ici, M. le président de la commission, j'ai le nom du directeur général, le nom d'un témoin qui a procédé à la signature de la convention entre le ministère des Communications et le centre d'animation, M. Aurélien Giguère. Je n'ai pas d'autres informations sur les noms des personnes qui... La secrétaire de la corporation du Centre d'animation Saint-Pierre est Johanne Mérineau. Ce sont les noms qui apparaissent dans les documents que j'ai ici, parce que effectivement nous discutons avec le directeur général du centre. Pour la signature de la convention, il y avait un témoin et l'extrait des minutes d'une assemblée des administrateurs du Centre d'animation Saint-Pierre avait été signé le 22 mars 1984 par Johanne Mérineau.

**Le Président (M. French):** Johanne?

**M. Bertrand:** Mérineau. M.é-r-i-n-e-a-u. Dans l'extrait des minutes d'une assemblée des administrateurs - c'est le titre du document - la liste des administrateurs n'est pas donnée.

**Le Président (M. French):** Merci, M. le ministre.

D'autres questions sur les engagements financiers du ministère des Communications pour le mois de février 1984? Non.

**M. Doyon:** Adopté.

**Le Président (M. French):** Étudié.

#### Engagements de mars

Nous passons maintenant aux engagements financiers du ministère des Communications pour le mois de mars 1984. Une question de M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Merci. À l'engagement numéro 15 pour mars 1984, on indique un contrat pour l'achat de deux pages de publicité dans le programme-souvenir 1534-1984. J'aimerais savoir du ministre quel a été le tirage total de ce programme-souvenir? À qui a-t-il été distribué? Est-ce qu'il était gratuit ou vendu? Combien il y en a eu de distribués? Est-ce que le ministre pourrait le déposer ici ou nous le faire distribuer, puisque je pense qu'on ne peut pas déposer à la commission, pour notre information? S'il acceptait de le faire, nous pourrions savoir quelle publicité a été faite; et, il doit avoir des photocopies disponibles ou quelque chose comme cela des deux pages de publicité en question, de façon qu'on sache à quoi s'en tenir?

**M. Bertrand:** Il s'agit d'une publication de Édimedia, la même entreprise, la même société dont nous avons parlé tout à l'heure, qui a un bulletin d'information sur le canal 14. Il s'agit d'un versement qui a été fait à Édimedia qui était responsable du programme officiel des fêtes 1534-1984 et qui a sollicité la commandite de plusieurs organismes publics et privés. Au comité ministériel permanent des communications, nous avons décidé d'acquiescer les deux pages centrales de cette revue pour un montant de 35 000 \$. J'ai la revue ici avec moi. C'était d'ailleurs le programme dont on parle beaucoup par les temps qui courent...

**M. Doyon:** Il en reste?

**M. Bertrand:** Oui. Qui n'ont pas été vendus selon l'objectif que Édimedia s'était fixé au départ. J'aurai probablement l'occasion d'en reparler avec plusieurs personnes au cours des prochains jours et des prochaines semaines et peut-être même des prochains mois. Si ma mémoire est bonne, ils en ont vendu - c'était dans les médias d'information récemment - environ 100 000 sur 300 000 qu'ils avaient projeté de vendre. Si ma mémoire est bonne, toutes les revues qui étaient encore disponibles à Édimedia ont été remises...

**Le Président (M. French):** À la corporation.

**M. Bertrand:** ...gratuitement aux abonnés du journal Le Soleil par un encart. J'ai ici un des numéros que je peux remettre aux membres de la commission. C'étaient ces deux pages qui étaient celles que le gouvernement du Québec, via le comité ministériel permanent des communications, avait défrayées. La page verso était celle du gouvernement canadien; celle intérieure du gouvernement canadien mais via la Garde côtière. Beaucoup de commanditaires: Hydro-Québec, Rothmans, Texaco, l'Industrielle, plusieurs organismes publics et privés.

**M. Doyon:** M. le ministre, il y a un très court texte que je peux voir à gauche sur la page. Est-ce que vous nous feriez l'honneur de nous dire quelle sorte d'incantation vous aviez...

**M. Bertrand:** Vous ne voulez pas que je le chante.

**M. Doyon:** Si vous...

**Une voix:** S'il vous plaît!

**M. Doyon:** Non. On peut s'exempter de cela.

**Une voix:** Je peux vous aider si vous

êtes mal pris.

**M. Bertrand:** Alors, cela reprend les paroles de la chanson qui avait été conçue par François Cousineau. "Des deux bords du fleuve, ohé, ohé. J'ai le goût de fêter la fête de Jacques-Cartier, ohé, ohé." Commissariat général aux célébrations 1534-1984. À droite, 450 ans, c'est notre fête. La signature gouvernementale, Québec.

**Une voix:** C'est mieux d'avoir un objet quelque part.

**M. Doyon:** M. le ministre, est-ce que vous pouvez nous informer? Est-ce qu'il y a eu d'autre publicité de cette nature qui a été payée pour les fêtes 1534-1984 dans des publications où le gouvernement aurait acheté des pages, des encarts, ou encore d'autres dépenses semblables, de même nature?

**M. Bertrand:** Il y avait une revue particulière pour la Transat-Tag et nous avons participé pour une page ou deux - on fera les vérifications, si le député de Louis-Hébert insiste - pour un montant d'environ 20 000 \$, mais c'était une revue très spécifique à l'événement Transat-Tag. C'était à la demande, d'ailleurs, des organisateurs de la Transat-Tag.

**M. Doyon:** Pas d'autres questions là-dessus.

**Le Président (M. French):** Y a-t-il d'autres questions? D'autres points? M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Engagement 17 des engagements financiers. Contrat de services pour la réalisation d'une campagne de publicité portant sur les réalisations économiques du Québec en 1983. Fournisseur choisi: Le Groupe de publicité Complice Inc., 75 000 \$. Complice de qui? Choisi par un comité de sélection. Est-ce que le ministre pourrait nous dire si ce comité de sélection est un comité de sélection ad hoc et de qui il était composé? Est-ce un comité permanent pour justement déterminer l'attribution de contrats semblables?

**M. Bertrand:** Le jury était constitué de Mme Louise Pagé, qui est la directrice générale des moyens de communications au ministère des Communications, et de MM. Jean-Claude Picard, du ministère des Communications, et Michel Lavallée, du ministère des Communications, qui était aussi secrétaire du jury. Le jury s'est réuni le 10 janvier 1984 et a procédé à l'analyse des différentes propositions qui lui étaient soumises. C'était sur dossier, très bien. La présentation de dossiers, effectivement. À ce

moment, il a retenu un certain nombre de firmes qui, par la suite, ont été mises, comme le veut le principe de sélection d'agences, en concurrence. Le Service général des achats, qui s'appelle maintenant, d'ailleurs, le Service des achats du gouvernement, pour ces contrats... Pour un montant de 75 000 \$, la procédure n'est pas la même que pour des contrats, par exemple, de 500 000 \$ ou de 1 000 000 \$. La procédure, c'est qu'une fois que le comité de sélection a procédé, après que le fichier des fournisseurs lui a été transmis, il fait une analyse des différentes maisons, établit un pointage et, sur la base de l'analyse qui est faite, du pointage qui est accordé, le comité de sélection retient une agence et lui accorde le contrat pour ces montants. C'est tout à fait conforme aux règles établies par le Service des achats du gouvernement et le Conseil du trésor.

**M. Doyon:** Combien y a-t-il eu de firmes qui ont fait des propositions, soumis des dossiers pour cette campagne de publicité? Quelles sont ces firmes?

**M. Bertrand:** Une seule a soumis, finalement, sa proposition parce que j'ai expliqué la procédure, mais cinq firmes avaient été proposées à la suite de la sélection qui avait été faite sur la base d'une liste fournie par le fichier central des fournisseurs.

**M. Doyon:** De qui s'agit-il pour ces cinq firmes?

**M. Bertrand:** Le groupe André Morrow Inc., Le groupe de publicité Complice Inc., Créations Publigramme Inc., Young & Rubicam Ltée et Votre Image Enr. (11 h 45)

**M. Doyon:** Ce n'est pas pire que Complice. M. le ministre, pour bien comprendre comment cela fonctionne, avait-on informé les firmes que la campagne de publicité devait se faire avec un budget de 75 000 \$ ou si, en même temps, il y avait des propositions de prix pour une campagne de publicité donnée?

**M. Bertrand:** La firme était informée, au moment où elle était choisie, que le montant était de 75 000 \$.

**M. Doyon:** Qu'il était de 75 000 \$. D'accord.

**M. Bertrand:** Elle établissait ensuite une proposition de placements médias et de production, bien sûr, qui remplissait cette exigence de ne pas dépasser 75 000 \$.

**Le Président (M. French):** Excusez-moi, un point d'information. L'achat des médias

est inclus dans les 75 000 \$.

**M. Bertrand:** Exact.

**M. Doyon:** Le groupe de publicité Complice, s'agit-il d'une compagnie, d'une société enregistrée ou est-ce tout simplement la raison sociale de personnes que travaillent dans une même boîte? Qu'est-ce que c'est?

**M. Bertrand:** C'est une corporation légalement constituée qui a son siège social au 4510 rue de la Roche, à Montréal, qui était représentée, au moment de la signature de la convention, par M. Michel Trottier, secrétaire, qui était lui-même dûment autorisé, en vertu d'une résolution du conseil d'administration du groupe de publicité Complice Inc. adoptée le 15 décembre 1983.

**M. Doyon:** M. le ministre, est-ce le premier contrat de campagne de publicité qui était confié à ce groupe de publicité Complice ou a-t-il eu d'autres contrats préalablement à cela?

**M. Bertrand:** Je prends la parole de mon sous-ministre adjoint à l'information gouvernementale qui me dit qu'effectivement c'était, pour ce groupe, cette agence de publicité, son premier contrat avec le gouvernement du Québec.

**M. Doyon:** Cette agence de publicité existe depuis combien de temps?

**M. Bertrand:** Si je retournais à son dossier, tel que le comité de sélection l'a analysé, à partir, bien sûr, des renseignements que nous donne le fichier des fournisseurs, je pourrais vous donner l'information, mais je ne l'ai pas en ce moment.

**M. Doyon:** Autre question, M. le ministre. Cette campagne de publicité s'est déroulée à quel moment exactement?

**M. Bertrand:** Il y a eu une diffusion dans les quotidiens du Québec, si ma mémoire est bonne, au mois de février 1984.

**M. Doyon:** Quel était le thème de cette campagne? C'est reparti au Québec ou quelque chose de même nature?

**M. Bertrand:** C'est cette campagne qui a fait l'objet d'une période des questions fort agréable à l'Assemblée nationale, entre vous et moi, questions et réponses, et qui avait comme titre Bravo Québec!

**M. Doyon:** Bravo Québec!

**M. Bertrand:** Je peux, d'ailleurs, vous donner les quotidiens où la page préparée par

l'agence Complice a été diffusée: le Soleil, le Journal de Montréal, le Journal de Québec, le Devoir, la Presse, la Tribune, le Nouvelliste, la Voix de l'Est, le Quotidien, le Droit, The Gazette, les Affaires et Finances.

**M. Doyon:** Mais à part de s'"autocongratuler", M. le ministre...

**M. Bertrand:** Vous rappelez-vous le texte?

**M. Doyon:** Oui, je me souviens du texte paru. Créer des emplois, oui.

**M. Bertrand:** Les Québécois et les Québécoises ont fait de 1983 une année remarquable...

**M. Doyon:** ...de création d'emplois, alors que c'était de la récupération.

**M. Bertrand:** On s'était trompé, effectivement. Il s'agissait de 133 000 emplois plutôt que de 121 000 emplois...

**M. Doyon:** ...récupérés et non créés.

**M. Bertrand:** ...qui ont été, pour reprendre une analyse faite par M. Alain Dubuc dans le journal La Presse, qui lui-même utilisait le terme, des emplois créés, qui ont été, comme tout le monde le sait, dans le contexte de la crise économique que nous avons connue, pour une large part, bien sûr, des emplois, lorsqu'on prend tout le bassin des emplois perdus durant la crise économique, qui ont été récupérés, donc des emplois qui ont été créés, donc des gens qui ont obtenu un emploi qu'ils n'avaient pas.

**M. Doyon:** Qu'ils n'avaient plus.

**M. Bertrand:** Pas nécessairement un emploi qu'ils avaient eu, d'ailleurs, M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Alors, M. le ministre, il est extrêmement intéressant...

**M. Bertrand:** Mais vous avez raison, il y avait deux erreurs probablement graves dans le document. Il ne s'agissait pas de 121 000 emplois, comme on le disait, selon ce qui est paru dans les quotidiens, mais de 133 000 emplois et non pas de 40 000 nouvelles unités d'habitation, mais de 41 300.

**M. Doyon:** L'autre erreur importante, M. le ministre, puisque nous sommes dans les erreurs, vous me permettrez de signaler...

**M. Bertrand:** Il y a une émission qui s'appelle: Trouvez l'erreur maintenant, alors!

**M. Doyon:** Oui, oui, elle est toute

trouvée d'ailleurs. Il s'agissait d'emplois, vous l'avez dit vous-même, qui étaient récupérés à partir d'une situation où le Québec était déficitaire à la suite des emplois perdus et qui ont été récupérés et dans une proportion moindre de ce qui s'est fait ailleurs. On n'entrera pas dans ce long débat, M. le ministre, mais je pense que...

**M. Bertrand:** Je sais que vous ne voulez pas entrer dans ce débat.

**M. Doyon:** Alors, la clientèle qui était visée était donc la clientèle générale des lecteurs des quotidiens du Québec que vous avez mentionnés.

**M. Bertrand:** Exactement.

**M. Doyon:** Merci.

Le **Président (M. French):** Est-ce qu'il y a d'autres questions? D'autres engagements. Engagements financiers, mars 1983, ministère des Communications.

**M. Doyon:** L'article 19, si nous sommes rendus là, toujours dans mars 1984, où on indique une subvention à Claude Piché, Communications Inc. Montréal, à titre d'aide financière pour lui permettre de produire un bulletin d'information ("News Letter") dans le secteur des communications. Montant de l'engagement: 25 000 \$. Je voudrais savoir de la part du ministre, si cette production d'un bulletin d'information est quelque chose de courant ou si c'est nouveau? Dans quel but est-ce fait? De quoi s'agit-il exactement? Ce bulletin appelé "News Letter" est destiné à qui? Qui est le consommateur de ce "News Letter"? Quelle est l'utilité à laquelle on destine ce bulletin d'information?

**M. Bertrand:** Il s'agit d'une publication spécialisée et professionnelle de huit pages qui paraissait tous les quinze jours et qui couvrait les domaines suivants: productions audiovisuelles, télévision, câblodistribution, journalistes, publicité, informatique, logiciels, etc. La lettre des communications employait trois permanents et une dizaine de pigistes et collaborateurs. Elle est la seule de ce genre qui était produite au Québec. Cette subvention servait uniquement à couvrir une partie des frais de fonctionnement de la première année puisque, à l'annexe 3 du document que j'ai ici, on se rend compte au niveau du budget de cette entreprise qu'on appelle Claude Piché Communication, Inc., et qui publiait la lettre des communications, qu'il y avait des investissements de 62 000 \$ qui avaient été consentis avant la production du no 1 et ensuite le budget de fonctionnement était de 134 000 \$. Je dois indiquer que si j'ai utilisé la forme, il

s'agissait d'une publication spécialisée et professionnelle etc., c'est que maintenant la lettre des communications n'existe plus.

Claude Piché, qui était bien sûr actionnaire de l'entreprise, le seul actionnaire de l'entreprise Claude Piché Communication Inc., à Montréal, travaille maintenant ailleurs et ne publie plus cette lettre des communications. J'en ai discuté avec lui. Il s'agit essentiellement d'un problème de clientèle relativement restreinte qui devait déboursier un montant relativement important pour avoir accès à cette lettre d'information. M. Piché a réalisé, après un certain nombre de mois, qu'il n'était plus possible de continuer, étant donné les difficultés financières qu'il rencontrait. Alors, c'est la seule lettre du genre qui existait.

Nous subventionnons aussi la revue Le "30" qui est la responsabilité de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec et qui, annuellement, nous demande de les aider à couvrir certains frais financiers. Cette collaboration leur apparaît très utile mais ne dépasse pas l'octroi d'un montant d'argent, d'une subvention. Vous pouvez être certains d'une chose: quand on fait affaires avec des gens qui oeuvrent dans le milieu de la presse écrite, enfin avec les journalistes, il n'y a pas, bien sûr, au-delà de l'octroi de la subvention, d'autre type d'"intervention" - entre guillemets - du ministère des Communications du Québec.

**M. Doyon:** Pour que je comprenne mieux simplement, le contenu de ce bulletin, de cette lettre, quel était-il exactement? C'étaient des informations sur la circulation, sur la pénétration, sur...?

**M. Bertrand:** Je peux vous donner ici, M. le député de Louis-Hébert...

**M. Doyon:** Je sais que cela avait huit pages, je comprends cela.

**M. Bertrand:** Je donne ici un numéro pour le faire circuler autour de la table. M. Piché adressait d'abord sa lettre à un public très spécialisé...

**M. Doyon:** Oui.

**M. Bertrand:** ...de gens qui veulent obtenir des informations de première main sur les développements nouveaux ou sur des décisions nouvelles en matière de communications. Il y a ici une entrevue avec M. André Bureau, le président du CRTC. On parle des réalisateurs de Radio-Canada, des malaises qui existent. Il y a ensuite une entrevue avec l'Association des producteurs de films du Québec, avec Mme Danielle Swisa.

**M. Doyon:** C'était pour personnes



averties.

**M. Bertrand:** Intéressées.

**M. Doyon:** Intéressées et averties.

**M. Bertrand:** On parlait ici de la fusion dont je me suis personnellement réjouie fortement. J'étais d'ailleurs présent au moment de la signature de l'entente entre les deux organismes, de la fusion de la Société canadienne des relations publiques, section Québec et de l'Association des relationnistes du Québec. On indique ici que la nouvelle a été annoncée vendredi en présence du ministre des Communications, M. Jean-François Bertrand. Il faut dire les choses comme elles sont.

**M. Doyon:** Cela n'aurait pas été signé autrement.

**M. Bertrand:** Savez-vous, M. le député de Louis-Hébert, que je pense très honnêtement...

**M. Doyon:** L'une de vos grandes réalisations.

**M. Bertrand:** ...que j'ai contribué par plusieurs interventions, sous forme de rencontres ou de conférences auprès de ces deux organismes, à je ne dirai pas que...

**Le Président (M. French):** Combien cela va-t-il nous coûter en subventions?

**M. Doyon:** 25 000 \$.

**M. Bertrand:** ...faciliter le rapprochement...

**Le Président (M. French):** Combien de subventions ont été nécessaires pour faire le...

**M. Bertrand:** ...mais chaque fois que j'allais devant l'un des deux organismes je leur disais...

**M. Doyon:** Fusionnez-vous.

**M. Bertrand:** ...il me semble que vous seriez tellement plus efficaces dans l'atteinte de vos objectifs, vous qui oeuvrez dans le secteur des relations publiques, si vous effectuiez un regroupement de vos deux associations, ce à quoi ils ont procédé cette année même. D'ailleurs je me réjouis d'avoir été à l'époque, avant d'être député, M. le député de Louis-Hébert, avec quelques personnes, quelques professionnels du monde des relations publiques, fondateur...

**Le Président (M. French):** ...des organismes superflus.

**M. Bertrand:** ...membre fondateur du programme de relations publiques au Département de journalisme et d'information de l'Université Laval à Québec.

**M. Doyon:** Je vous en félicite. Le gouvernement, au-delà de sa subvention de 25 000 \$, avait-il souscrit des abonnements à cette lettre?

**M. Bertrand:** Oui. On avait un abonnement gratuit pour deux ans.

**M. Doyon:** Ah oui! Était-il lu et analysé? J'imaginais...

**M. Bertrand:** J'en prenais connaissance...

**M. Doyon:** À l'occasion.

**M. Bertrand:** ...chaque fois.

**M. Doyon:** Pas d'autres questions sur cet article de...

**Le Président (M. French):** Y a-t-il d'autres questions sur l'engagement 19? Y a-t-il d'autres articles d'intérêt dans les engagements financiers de mars 1984?

**M. Doyon:** Sur l'article 20, à titre d'information simplement, on parle d'une subvention à la Communauté urbaine de Québec aux fins de "financement du coût des travaux d'installation de la signalisation dynamique et du vidéotex interactif au Centre municipal des Congrès". Selon le consensus, la conférence au sommet de la région de la capitale nationale, 300 000 \$ sur deux années budgétaires. De quoi s'agit-il exactement, M. le ministre? (12 heures)

**M. Bertrand:** Il s'agit d'abord d'un engagement qui a été pris au sommet socio-économique de la grande région de la capitale, en septembre 1983, d'avoir à Québec, plus spécifiquement au Centre municipal des congrès, l'équivalent de ce qui existe à Montréal au Palais des congrès, ce qui est un système de signalisation dynamique, d'abord, pour informer les gens sur un certain nombre de sujets - par exemple, les différents circuits touristiques qui peuvent exister dans la région de Québec pour les gens qui viennent dans la région de Québec, les services qui existent en matière de restauration, d'hôtellerie, etc. - et aussi un système de vidéotex interactif permettant, par exemple, de faire des réservations dans certains hôtels, de faire des réservations dans certains restaurants, etc. Je dois dire au député de Louis-Hébert que l'argent n'a pas été dépensé, parce qu'il y a en ce moment un problème que nous devons résoudre avec la Communauté urbaine



de Québec. Les gens de la Communauté urbaine de Québec nous disent qu'il faudrait un montant de 450 000 \$ pour véritablement implanter le système de signalisation dynamique et de vidéotex interactif et nous sommes encore en négociation avec la Communauté urbaine de Québec. Comme cette négociation n'est pas terminée, nous n'avons pas dépensé cet argent. Donc, quand vous voyez ici une autorisation par le Conseil du trésor, il faut la caractériser. Il y a eu effectivement une décision positive du Conseil du trésor, mais les négociations n'étant pas terminées, les dépenses n'ont pas été effectuées.

**M. Doyon:** Est-ce que cette hésitation est aussi causée par le fait que le service touristique de la Communauté urbaine de Québec avec la Commission du tourisme, etc., est en voie de réaménagement et qu'il y a une question d'interlocuteurs là-dedans? Est-ce que cela joue?

**M. Bertrand:** Le fameux comité consultatif qui a été mis sur pied pour permettre d'en venir enfin à une structure unique de gestion du tourisme dans la région de Québec, ce qui devrait d'ailleurs se produire au tout début de l'année 1985 - d'ailleurs, je dois lui remettre bientôt une subvention pour lui permettre de compléter son travail - ne fait pas partie du dossier comme tel. Il s'agit plutôt de problèmes de négociation au niveau de l'implication financière d'autres intervenants, parce que nous souhaitons que le gouvernement fédéral participe au financement de ce projet comme il l'a fait à Montréal et nous souhaiterions aussi que la Communauté urbaine de Québec et la ville de Québec participent financièrement, mais on a déjà eu des informations, à savoir que ni la ville de Québec ni la Communauté urbaine de Québec ne voulaient participer financièrement à l'achat des équipements.

**Le Président (M. French):** M. le ministre, je comprends que le fait que cela existe à Montréal, c'est une raison qui est assez puissante pour la ville de Québec, mais vous me permettez de dépasser peut-être la stricte limite ou le cadre des engagements financiers pour vous inviter à réfléchir sur le fait que ni la ville, ni la communauté, ni le gouvernement du Canada, si j'ai bien compris, en tout cas, ni la ville, ni la communauté ne sont prêtes à participer. Il me semble que c'est assez important comme indicateur, d'autant plus - et là, on aborde un autre débat qui n'est pas un débat partisan, mais un débat significatif dans ce contexte - que ces systèmes et surtout les systèmes interactifs n'ont pas eu le genre de croissance qui était attendue, il y a cinq ou six ans. Il y a de quoi réfléchir, je pense,

sur le fait de vouloir absolument rattraper un train qui est déjà parti avec beaucoup moins de wagons qu'on ne s'y attendait. Ce n'est pas d'un grand intérêt.

**M. Bertrand:** D'après les informations que j'ai, M. le Président - et le souvenir que j'en garde est contraire un peu aux opinions que vous émettez - c'est qu'à Montréal, au Palais des congrès, on a procédé à plusieurs phases d'implantation de ce système de signalisation dynamique et de vidéotex interactif. Le gouvernement fédéral et le gouvernement du Québec ont participé pour des montants très élevés. Si ma mémoire est bonne, c'est environ 7 000 000 \$ ou 8 000 000 \$ de participation pour les deux gouvernements, à peu près moitié-moitié, pour l'introduction de ces systèmes au Palais des congrès. L'analyse qui en était faite au Palais des congrès nous amenait à la conclusion qu'effectivement c'était fort utile et fort efficace comme moyen pour répondre à des objectifs comme ceux qu'on peut vouloir se fixer avec, bien sûr, de tels équipements.

M. le député, je comprends très bien votre question. Tantôt, quand vous avez dit: C'est une question importante de savoir que la ville de Québec ou la Communauté urbaine de Québec ne veulent pas participer financièrement à l'achat des équipements, etc. Pourquoi? La ville de Québec et la Communauté urbaine de Québec nous font souvent remarquer que le gouvernement du Québec n'a pas participé financièrement à la construction du Centre municipal des congrès à Québec. Nous avons, par ailleurs, accordé des subventions pour l'agrandissement du Centre municipal des congrès. Mais, à l'origine, quand le Centre municipal des congrès a été créé à Québec, le gouvernement du Québec n'y avait pas participé financièrement.

On dit: Écoutez, il nous semble - je reprends un peu le message que nous transmettent les autorités de la ville de Québec et de la Communauté urbaine de Québec - dans les circonstances, que le gouvernement du Québec et le gouvernement fédéral devraient payer l'ensemble de la note.

**Le Président (M. French):** M. le ministre, je vais émettre un commentaire qui ne se veut absolument pas un commentaire partisan non plus qu'un commentaire de ma part envers vous, mais, chaque fois que je vois ce genre de dépenses, cette échelle de dépenses, je me pose la question à savoir ce que cet argent pourrait faire dans le réseau de l'éducation ou dans le réseau des affaires sociales. J'ai beaucoup de difficultés à m'expliquer la légitimité d'un investissement de 500 000 \$ ou de 7 000 000 \$ ou 8 000 000 \$ pour ce qui est de Montréal.

Quelle que soit la source, parce qu'on sait que le gouvernement du Canada est aussi responsable du financement de ces réseaux que le gouvernement du Québec, tôt ou tard il va falloir que, collectivement, nous prenions une décision. Je le répète: Ce n'est pas un commentaire partisan. Il va falloir que nous prenions la décision d'arrêter de diffuser notre puissance et notre force dans les articles de luxe. C'est précisément un article de luxe qui ne se justifierait jamais par rapport au coût. Si cet argent était attribué ailleurs dans le réseau public! Je le répète: Ce n'est pas un commentaire partisan que je fais.

**M. Bertrand:** Mais c'est une opinion personnelle.

**Le Président (M. French):** Oui.

**M. Bertrand:** Je dois vous dire en tout cas que, jusqu'à preuve du contraire, et peut-être qu'on aurait besoin d'en discuter beaucoup plus longtemps, je continue d'être persuadé que ce sont des instruments qui peuvent être fort utiles dans un contexte de développement de l'industrie touristique. Je suis convaincu, quand on voit les efforts qui ont été consentis à Montréal, qu'il y a certainement des efforts qui peuvent être consentis à Québec, qui est un centre touristique majeur pour l'ensemble du Québec.

**Le Président (M. French):** D'autres questions...

**M. Bertrand:** Simplement, M. le Président, si vous me permettez. Je vais vous lire cela très rapidement parce que cela va compléter des informations que vous m'avez demandées ce matin, un peu plus tôt. Je reçois ici du service de Communication-Québec un extrait de ce qui s'appelle "Ligne de conduite et procédures du bulletin d'actualités gouvernementales". "Les seules nouvelles que nous publions sont celles qui sont signées par des organismes gouvernementaux; ministères, régies, conseils, etc. Même les organismes à but non lucratif ou les groupements à caractères sociaux, s'ils ne font pas l'objet d'un communiqué émis par un organisme gouvernemental, sont ignorés. Exemple: la Chambre des notaires; le Festival d'été de Québec; le Carnaval, etc.

"Dans le cas d'une manifestation importante, on peut consulter la direction générale pour savoir si dans un cas précis, à cause des implications latentes du gouvernement du Québec on peut adopter une politique d'exception: exemple, certaines manifestations de la visite papale. Il ne saurait non plus être question de faire écho aux déclarations ministérielles comme telles, des projets de loi avant leur adoption

définitive et la mise en vigueur des règlements, des informations provenant des partis politiques, des commentaires de journalistes, etc.

"Un cas cependant peut devenir délicat: une annonce d'un projet par un ministre au cours d'une entrevue. Cela se voit plus fréquemment dans les journaux hebdomadaires régionaux. Vaut mieux manquer une nouvelle qu'en annoncer une de caractère trop politique.

"Le bulletin d'actualités gouvernementales électronique n'est pas non plus un catalogue d'annonce de subventions régionales. On fait état des subventions seulement lorsqu'elles ont une implication nationale comme, par exemple, le Programme général d'aide à l'emploi".

**Le Président (M. French):** M. le ministre, je pense que, pour ma part en tout cas, vous avez répondu à mes préoccupations.

**M. Bertrand:** Et j'ai des copies, si vous en voulez.

**M. Doyon:** De quand cela date-t-il, M. le ministre? Est-ce que cela n'a pas été fait ce matin?

**M. Bertrand:** Au tout début, avant que les gens ne se mettent au travail.

**M. Doyon:** D'accord.

**M. Bertrand:** Il s'agit d'un extrait des principes directeurs. J'ai ici des exemples; on m'en a fait parvenir. Je pense que la meilleure chose, c'est de les faire distribuer.

**Le Président (M. French):** Oui, M. le ministre, je le permettrais pour vous épargner du temps, etc. Je pense que nous sommes très satisfaits des principes directeurs énoncés. On peut distribuer également les extraits...

**Une voix:** Merci.

**Le Président (M. French):** D'autres questions à l'engagement 20 de mars 1984? Des questions ou commentaires relatifs à d'autres engagements de mars 1984?

**M. Doyon:** À l'engagement 21 des engagements financiers de mars 1984, on indique à "Divers": Frais de participation du ministère à la publication d'un cahier spécial intitulé "En voyage", lequel sera produit par Les Éditions Giguère et diffusé dans les quotidiens du Québec. Est-ce que les Éditions Giguère publient autre chose qu'un cahier spécial qui s'appelle "En voyage"?

Deuxièmement, est-ce que cette participation financière du ministère à la publication de ce cahier s'inscrit dans un

budget global financé à même des fonds provenant, par exemple, du ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme et, peut-être, du ministère des Affaires intergouvernementales ou du ministère des Affaires culturelles? Quelle est la participation globale gouvernementale à la publication "En voyage"? Combien d'exemplaires ont été publiés et distribués? Est-ce que vous pouvez nous donner la liste des quotidiens ou si cela comprend tous les quotidiens du Québec que vous avez nommés tantôt? Si c'est le cas, ce n'est pas nécessaire de les nommer à nouveau.

**M. Bertrand:** Relativement à votre première question, à savoir si Les Éditions Giguère Inc. publient autre chose que cette revue "En voyage", je ne le sais pas. Je regarde à l'intérieur de la revue et, comme pour l'ensemble des publications, on indique que la revue "En voyage" est publiée par Les Éditions Giguère Inc., Sainte-Dorothée, Laval, dépôt légal Bibliothèque nationale du Québec. Cette édition est encartée dans la Presse, le Soleil, le Nouvelliste, la Tribune, le Quotidien de Chicoutimi, le 7 avril 1984. C'est l'information qui apparaît à l'intérieur de la revue.

Deuxièmement, nous avons créé, en juin 1983, une table de concertation sur le thème du tourisme. On y retrouvait des représentants des ministères de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, des Affaires culturelles, du Loisir, de la Chasse et de la Pêche et du secrétariat du Comité ministériel permanent des communications. D'un commun accord, les participants à cette table avaient convenu de soutenir l'action du ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme en contribuant financièrement aux dépenses relatives à sa campagne sur le tourisme.

Le coût total de cette campagne s'était élevé à 150 775 \$. La participation des ministères avait été la suivante: le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme avait contribué pour 50 000 \$; le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, pour 35 000 \$; le ministère des Affaires culturelles, pour 20 000 \$; le Comité ministériel permanent des communications - c'est d'ailleurs le CT que nous avons - pour 49 775 \$. Ce dernier montant servait spécifiquement à la publication d'un cahier spécial intitulé "En voyage".

Si ma mémoire est bonne, une ou deux semaines auparavant, Les Éditions Giguère avaient procédé à la même publication. Je ne voudrais surtout pas m'immiscer dans les décisions que les gens responsables de cette maison d'édition auraient prises, mais, si ma mémoire est bonne, je crois me rappeler que Les Éditions Giguère offraient aussi ce service au gouvernement fédéral pour son volet tourisme et qu'une des éditions de "En

voyage" portait sur le tourisme au Canada. Dans le cas présent, il s'agissait du tourisme au Québec. Il s'agissait d'une publication tirée à 571 500 exemplaires dont 21 500 tirés à part.

**Le Président (M. French):** Si j'ai bien compris, M. le ministre, la logique c'est de faire en sorte que les Québécois dépensent leur argent touristique au Québec plutôt qu'aux États ou en Ontario?

**M. Bertrand:** Un des objectifs c'est évidemment de renseigner les gens sur les différentes possibilités qui existent pour les Québécois et les Québécoises d'aller dans les différentes régions du Québec. D'ailleurs, quand vous regardez la revue vous constatez qu'elle est faite par région: Bas-Saint-Laurent, Îles-de-la-Madeleine, Saguenay-Lac-Saint-Jean et Chibougamau. On donne partout les principales activités qui auront lieu durant la saison estivale. On donne aussi des renseignements sur les endroits où il faut s'adresser pour avoir de plus amples informations. On donne, bien sûr, une description générale de la région. C'est une incitation pour faire en sorte que les Québécois et les Québécoises puissent aller dans les différentes régions du Québec et prendre connaissance sur place des activités qui s'y déroulent durant la période estivale.

**Le Président (M. French):** Vous avez d'autres questions, M. le député?

**M. Doyon:** Oui. M. le ministre, est-ce que cette incitation ou cette invitation qu'on destinait aux résidents et résidentes du Québec a été, d'une façon ou d'une autre, transmise aussi aux gens qui demeurent à l'extérieur du Québec, à l'intérieur de cette campagne de publicité?

**M. Bertrand:** Pas à l'intérieur de cette campagne de publicité.

**M. Doyon:** C'était pour consommation domestique.

**M. Bertrand:** C'est cela. Il y a un budget particulier dans les crédits du ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme pour "publicité tourisme" à l'extérieur du Québec.

**Le Président (M. French):** D'autres questions ou commentaires? Les engagements financiers du ministère des Communications pour mars 1984 sont vérifiés.

#### Engagements d'avril

Les engagements financiers du même ministère pour le mois d'avril 1984.

M. Doyon: À l'engagement 13, M. le Président, renouvellement de contrat. Il s'agit du renouvellement du contrat de services pour la diffusion par l'entremise de son réseau, de l'information gouvernementale en provenance des ministères, régies, commissions et autres organismes, pour la période du 1er avril 1984 au 31 mars 1985. Fournisseur: Telbec Inc, 212 316 \$. Est-ce que le ministre peut nous informer du montant consacré à ce contrat de services pour la diffusion des nouvelles gouvernementales pour l'année 1983, donc l'année budgétaire précédente? Est-ce que le ministre peut nous dire combien de communiqués de toute nature ont été transmis par Telbec pour l'année budgétaire précédente et à combien de récipiendaires ou d'organismes de toute nature qui sont abonnés à Telbec c'est destiné? Est-ce que le ministre pourrait nous donner les mêmes assurances - pour ne pas reprendre le débat de tout à l'heure - sur l'utilisation qui est faite de Telbec par les cabinets ministériels? Est-ce qu'il y a une directive générale d'utilisation du réseau Telbec par les responsables des communications, les responsables des relations publiques, dans les cabinets ministériels?

M. Bertrand: M. le député, si j'omets quelques réponses à certaines de vos questions, on pourra les reprendre. L'année dernière, le contrat s'élevait à 202 212 \$. Donc, celui-ci, qui est de 212 316 \$, représente une augmentation de 5% par rapport à l'année précédente. Le réseau Telbec rejoint actuellement 151 points de chute, dont une centaine de stations de radio, 24 stations de télévision, 14 quotidiens, 2 hebdomadaires nationaux, 6 agences de nouvelles étrangères et 5 points de chute divers.

Telbec, par ailleurs, offre aussi aux bureaux d'information qui ne font pas partie de son réseau la possibilité de bénéficier du même service d'information que celui qui est disponible aux médias d'information en louant, sur une base unitaire et mensuelle et selon les tarifs mentionnés au contrat, un téléimprimeur relié au réseau Telbec. Donc, il peut s'ajouter d'autres points de chute. Cependant, cette location pour un service considéré comme particulier au ministère ou à l'organisme qui en fait la demande est défrayée par ce ministère ou cet organisme via son compte ministériel de télécommunications et n'entre pas dans les 212 000 \$ dont je vous parle.

Ensuite, vous avez des questions, M. le député, si on reprend... Statistiques d'utilisation, exercice 1983-1984. En 1983-1984, il y a les ministères, des organismes et conseils - enfin, je pourrais vous donner la nomenclature - des sociétés d'État, des organismes parapublics, le Conseil des

collèges, le Conseil de la politique scientifique, le Conseil supérieur de l'éducation, l'Association des gens de l'air qui sont tous inclus là-dedans. Au total, 6355 communiqués représentant, en traduction de lignes Telbec, 252 695 lignes. C'est en 1983-1984.

M. Doyon: M. le ministre, concernant l'utilisation, est-ce qu'il y a des lignes de conduite qui sont indiquées? Qui a accès pour expédier un télex sur le réseau Telbec? Est-ce limité aux Services des communications des différents ministères? Est-ce que les cabinets ministériels ont accès à cela sans restriction? Comment cela fonctionne-t-il?

M. Bertrand: Les cabinets y ont effectivement accès, les directions des communications des ministères et organismes de toute nature. Vous avez vu, dans la liste que je vous ai donnée rapidement, que plusieurs types d'organismes publics, parapublics et, même dans certains cas, privés, y participent. Par ailleurs, je ne serais pas en mesure de vous donner la distinction cabinets, directions des communications. Par exemple, pour vous donner une statistique très précise - allons-y au hasard, prenons le ministère des Communications pour en prendre un; c'est peut-être celui-là qui chatouillera moins les autres - il y a eu 394 communiqués émis durant l'année 1983-1984 pour 14 755 lignes. À partir des documents que j'ai ici, je ne peux pas vous donner le partage des communiqués entre la direction des communications et le cabinet du ministre.

M. Doyon: J'imagine que, si on voulait le faire - peut-être pas pour le passé; même pour le passé, j'imagine que cela serait faisable - pour l'avenir, on pourrait nous identifier la proportion des communiqués qui émanent des cabinets ministériels par rapport à ceux qui sont émis par les directions ministérielles des communications proprement dites. C'est faisable.

M. Bertrand: C'est une statistique qu'il est sans doute possible d'obtenir. Je vais vérifier. Je pense même qu'il serait intéressant de savoir à l'avenir, quand on fera un relevé statistique, quel est le nombre de communiqués qui émanent directement des directions des communications et ceux qui émanent des cabinets politiques par l'intermédiaire des attachés de presse.

M. Doyon: Parce que, M. le ministre, l'argumentation qu'on faisait valoir, que M. le président a fait valoir préalablement concernant le risque qu'il y avait à voir d'une façon non critique diffusées sur le réseau Vidéotron un certain nombre

d'informations gouvernementales, on peut le retrouver aussi en ce qui concerne le réseau Telbec. Vous allez me dire qu'il y a cependant, de la part des journaux, de la part des postes de radio, une possibilité pour eux de faire un tri, un filtrage. Cependant, je pense que la prudence est de mise. Avant de porter un jugement, il serait nécessaire d'avoir ce genre d'information. J'inviterais le ministre à faire cet effort du côté de Telbec, du côté du ministère des Communications et, en même temps, s'organiser pour que de la part des autres ministères on puisse avoir cette information aussi.

**M. Bertrand:** L'émetteur du communiqué porte toute la responsabilité sur le communiqué. Il est évident que dès qu'il s'agit d'une direction de communication ou d'un cabinet politique de quelque autre instance, institution au sein d'un organisme public, parapublic, l'émetteur porte toute la responsabilité de son communiqué. Comme vous le dites, étant donné que les points de chute sont essentiellement des médias d'information ou des agences qui peuvent avoir à traiter cette information, je crois que l'habitude est maintenant prise comme d'ailleurs pour toutes les grandes agences qui distribuent l'information dans les médias écrits ou les médias électroniques. Ils reçoivent cela, comme on dit, "sur le fil". Par la suite, ils en font l'utilisation qu'ils veulent bien. Cela fait partie de la liberté de presse bien comprise. Mais, toute la responsabilité... je pense que quand on trouve des cas, il faut prendre les cas et dire: Dans ce cas, on pense que voici un communiqué qui n'aurait pas dû être émis en se servant de l'agence Telbec. Il faut en imputer toute la responsabilité à l'émetteur. L'émetteur, en dernière ligne, quand il s'agit d'un cabinet politique, c'est le ministre lui-même. Cela va de soi. Je me rappelle qu'il y avait eu un cas, il y a un certain nombre d'années, où une critique avait été adressée relativement à certains communiqués qui étaient émis à partir d'un cabinet politique et les correctifs avaient été apportés.

**Le Président (M. French):** Y a-t-il d'autres questions? Y a-t-il d'autres points pour 84?

M. Doyon: Article 15.

**Le Président (M. French):** Article 15.  
M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Renouvellement du contrat de services pour agir à titre de coordonnateur de la publicité gouvernementale dans les médias pour une période de quatre mois. Fournisseur: la Société Médian Enr., Québec. Montant de

l'engagement: 1 000 000 \$. J'aimerais que le ministre nous indique tout d'abord: la Société Médian, d'après ce que je comprends - c'est une société - c'est la raison sociale d'un groupe qui n'est pas incorporé. Quels sont les propriétaires ou quels sont les responsables de cette société? Quel est le rôle que cette société a été appelée à jouer à titre de coordonnateur? Ce qu'on a attendu d'eux - c'était pour une période de quatre mois. La campagne de publicité gouvernementale dont il est question ici dans les médias, s'agit-il de la campagne globale du gouvernement, de toute la publicité gouvernementale dont on a dit qu'elle était coordonnée de façon à avoir un impact maximal et à tenter de donner au gouvernement en place un certain crédit qui ne lui était pas spontanément reconnu par la population? De quoi s'agit-il exactement? J'aimerais aussi savoir de la part du ministre quels sont spécifiquement les campagnes de publicité gouvernementale qui ont été coordonnées par la Société Médian Enr.?

**M. Bertrand:** Votre intervention, M. le député de Louis-Hébert, m'amène à faire une distinction très importante. Ce million de dollars n'est pas pour une campagne de publicité. Il s'agit de 1 000 000 \$ pour une agence de coordination du placement média requis pour les différentes campagnes de publicité des différents ministères et organismes gouvernementaux. Cette agence de coordination a été créée il y a un certain nombre d'années justement pour faciliter au gouvernement l'achat de placement, de temps d'antenne, par exemple, à la télévision, à la radio, dans les médias écrits, que ce soient des quotidiens, des hebdomadaires, etc. Cela permettait, bien sûr, de pouvoir planifier plus longtemps à l'avance nos besoins en termes de placement et donc d'obtenir les espaces visuels, sonores ou écrits qui étaient indispensables lorsque venait le temps de dépenser de l'argent pour une campagne de publicité.  
(12 h 30)

Ici, il s'agissait de 1 000 000 \$ qui permettaient à l'agence de continuer d'effectuer son travail pour une période de quatre mois pour la raison suivante: Un appel d'offres avait été lancé en janvier 1984 afin de choisir une firme pour agir comme agence de coordination. Or, le ministère des Communications a reçu deux soumissions à la suite de cet appel d'offres. Une de ces deux soumissions a été jugée irrecevable et, à la suite d'un avis juridique, le jury a fait une recommandation d'adjudication au ministère sous réserve de la confirmation de cet avis par le juriconsulte. En d'autres mots, le premier avis juridique, pour être bien certain que l'avis était solide, a été ensuite confirmé par un avis du juriconsulte.

**Le Président (M. French):** Qu'est-ce que

le juriconsulte vient faire là-dedans, M. le ministre?

**M. Bertrand:** Comme il s'agit quand même d'un contrat important, d'une période de trois ans, pour une agence qui se propose d'agir au nom du gouvernement comme agence de coordination, il était très important, comme il n'y avait que deux offres, d'être bien certain que l'irrecevabilité d'une des deux firmes était bien analysée sur le plan juridique et, effectivement pour être mieux convaincu, on a procédé à deux avis juridiques.

**Le Président (M. French):** Je saisis tout cela. Ma question est: Pourquoi le deuxième avis vient-il du juriconsulte?

**M. Bertrand:** Honte!

**Le Président (M. French):** Est-ce qu'on parle du juriconsulte dans le sens du juriconsulte de l'Assemblée nationale, dans le sens de la Loi sur l'Assemblée nationale?

**M. Bertrand:** Non. C'est le ministère de la Justice.

**Le Président (M. French):** Ah!

**M. Bertrand:** Ce n'est pas celui qu'on a introduit là...

**Le Président (M. French):** C'est... Je m'excuse, cela doit être mon français, je n'ai pas compris que...

**M. Doyon:** Qu'il y avait des juriconsultes.

**M. Bertrand:** Il y en a ailleurs aussi.

**Une voix:** Cela foisonne dans l'appareil.

**Le Président (M. French):** Je ne le savais pas.

**M. Doyon:** C'est le mot qui foisonne maintenant.

**M. Bertrand:** Ah, les avocats!

**Le Président (M. French):** Bon, parfait! Je m'excuse, M. le ministre et M. le député.

**M. Bertrand:** M. le député de Louis-Hébert, donc, pour continuer, cette agence, soit la firme qui a ce contrat pour quatre mois, est constituée du regroupement, au sein de ce qu'on appelle la Société Médian, de deux agences qui sont Cossette Communication Marketing Inc., président, Claude Lessard, et Pierre Tremblay Publicité Inc., président, Pierre Tremblay. Donc la Société Médian qui s'occupe de placements

et qui a obtenu le contrat il y a un certain nombre d'années pour remplir les fonctions de l'agence de coordination était constituée de ces deux firmes réunies au sein d'une même société.

**M. Doyon:** Pour quatre mois.

**M. Bertrand:** Oui. La prolongation pour quatre mois, c'était à cause des problèmes qu'on a eus pour l'adjudication du contrat pour les trois prochaines années.

**M. Doyon:** Parmi les deux firmes dont une a été rejetée faute de conformité avec le devis, j'imagine, ou quelque chose de semblable... Quelles étaient ces deux firmes? Une firme qui a reçu le contrat un peu plus tard est Publim, est-ce que c'est cela?

**M. Bertrand:** C'est exact.

**M. Doyon:** L'autre était?

**M. Bertrand:** Comme la Société Médian a cessé d'exister, l'agence de publicité Cossette Communication Marketing Inc. a créé une filiale qui s'appelait Médian et qui a soumissionné...

**M. Doyon:** ...et qui n'a pas été reçue.

**M. Bertrand:** ...et qui n'a pas été jugée recevable à cause de non-conformité sur deux aspects, si ma mémoire est bonne. L'autre était Publim, effectivement. Il y a eu aussi des réaménagements dans l'agence de publicité Pierre Tremblay. Je ne vous ferai pas toute l'histoire, mais il y a un certain nombre de personnes qui sont devenues actionnaires au sein de cette agence Pierre Tremblay qui a pris tout le volet publicité et qui continue d'agir pour les fonctions relations publiques au sein de la nouvelle entreprise qui s'appelle Publim.

**M. Doyon:** M. le ministre, encore là-dessus, pouvez-vous nous dire quelles sont les campagnes de publicité gouvernementale qui ont été coordonnées par la Société Médian pendant les quatre mois ou elle a eu cette responsabilité?

**M. Bertrand:** M. le député de Louis-Hébert, je n'ai pas la réponse parce que cela demande une recherche. Il faut savoir en d'autres mots que, pendant ces quatre mois, différents ministères et organismes avaient besoin de placer leur matériel dans différents médias d'information. Il faudrait faire un relevé de tout ce que l'agence a placé durant ces quatre mois. C'est un relevé qui pourrait se faire. Je ne l'ai pas à la portée de la main.

**M. Doyon:** Cela termine mes questions

sur l'article...

**M. Bertrand:** Peut-être n'ont-ils pas dépensé le million en question parce qu'il faut toujours savoir que c'est un fonds qu'on constitue pour procéder à des achats pour être en mesure, quand viennent les campagnes, de placer...

**Le Président (M. French):** Mais le concept critique dans tout cela, c'est le suivant...

**M. Bertrand:** Économie.

**Le Président (M. French):** C'est cela. Il y a un point central, et si vous avez besoin de quelques espaces ou quelques placements dans un média quelconque pour trois ou quatre campagnes publicitaires, trois ou quatre ministères ou agences, vous les placez ensemble et vous obtenez donc un meilleur prix des médias. Je pense que ce n'est pas plus compliqué que cela.

**M. Bertrand:** Je vous donne un exemple: Le placement média pour l'année 1982-1983, pour la publicité obligatoire, parce qu'il y a une partie de...

**Le Président (M. French):** Les avis et tout, qui doivent être légalement...

**M. Bertrand:** Le placement total brut s'élevait à 2 013 639,58 \$; les escomptes réalisés s'élevaient à 185 206,08 \$, donc 9,2% de l'ensemble et les frais de service et de messagerie à 41 407 \$. La publicité par mandat - ce qui n'est pas la publicité obligatoire on l'appelle la publicité par mandat - s'élevait pour l'année 1982-1983, en placement total brut, à 5 564 444,06 \$. Les escomptes réalisés, grâce à ce type de placement, s'élevaient à 716 081 \$ pour 12,86%; les frais de messagerie à 39 388,26 \$ et les rémunérations versées aux agences participantes à 343 706,84 \$.

**Le Président (M. French):** Ce n'est pas le moment de donner le détail des chiffres, mais jusqu'à maintenant, je n'ai pas justifié le million pour quatre mois. Au taux où l'on va, avec les frais, les épargnes ou les économies, on ne réussit pas à toucher le million pour quatre mois.

**Une voix:** ...

**Le Président (M. French):** Je sais fort bien, mais au taux où l'on va pour l'année 1984, avec les renseignements de 1983, on ne réussit pas encore à justifier le million. Je veux bien qu'il y ait des économies, mais elles devraient être plus élevées que cela. Je ne sais pas si le ministre comprend ma question.

**M. Bertrand:** Ce que vous voulez dire, si je comprends bien, M. le Président, c'est que...

**Le Président (M. French):** C'est que sur 7 000 000 \$, nous avons épargné presque 1 000 000 \$. Sauf que cela a coûté 1 000 000 \$ pour faire cette coordination pour quatre mois.

**M. Bertrand:** D'abord, comparons des comparables. Je viens de vous donner les chiffres pour l'année 1982-1983 et là, on parle de quatre mois en 1984.

**Le Président (M. French):** C'est cela. Je veux bien que, encore une fois vous ayez fait une grande flambée de dépenses, mais il faudrait qu'elles soient même plus grandes pour justifier 1 000 000 \$ pour quatre mois au taux où vous utilisez l'économie pour l'année 1983-1984.

**M. Bertrand:** Enfin, j'essaie de comprendre très bien la question et de comprendre très bien les réponses qu'on essaie de me souffler à l'oreille...

**Le Président (M. French):** Le sous-ministre adjoint trouve comme...

**M. Bertrand:** Il ne s'agit pas de 1 000 000 \$ versés...

**Le Président (M. French):** Je m'excuse, d'accord, c'est toujours pour l'achat.

**M. Bertrand:** Voilà!

**Le Président (M. French):** D'accord, très bien.

**Une voix:** Ce n'est pas le salaire de l'agence.

**M. Bertrand:** Ce n'est pas versé à l'agence, c'est pour permettre d'acheter.

**Le Président (M. French):** J'avais compris à un moment donné et par la suite, j'avais oublié. D'accord, merci.

**M. Doyon:** Il n'y a pas d'autres questions sur cet article, M. le Président. Peut-être l'article 17, où on indique...

**Le Président (M. French):** L'engagement 17, M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Oui. En avril 1984, on indique un "supplément pour porter à 880 000 \$ le coût de la campagne de communication relative au développement d'une thématique commune aux programmes sectoriels de relance économique et de création et de soutien de l'emploi".



M. le ministre, ce qu'on appelle le développement d'une thématique commune, est-ce que cela veut dire, en termes clairs, la définition d'un grand thème général sous lequel devraient se situer les campagnes de publicité des différents ministères de façon que l'impact publicitaire - pour employer un mot qui ne dit peut-être pas tout - recherché par le gouvernement soit maximisé? Est-ce que cela ne cache pas certaines tentatives de la part du gouvernement d'obtenir et de se faire un capital politique avec des programmes gouvernementaux, des programmes qui sont de nature à tenter de se faire créditer certaines initiatives gouvernementales dans le domaine de l'économie en général? Quelle est la participation - s'il y en a une - du comité ministériel permanent des communications dans l'établissement d'un tel thème commun?

**M. Bertrand:** Au cours des deux dernières années, pour les campagnes de communication du gouvernement du Québec, nous avons fonctionné sur la base de tables de concertation. Autant pour le contenu du plan de communication que pour son budget, les ministères étaient mis à contribution à l'occasion de la création de différentes tables de concertation. Quand on prend les campagnes les unes après les autres, on peut savoir quels étaient les ministères présents à chacune des tables de concertation, connaître les montants d'argent que les ministères, à même leur budget de communication, affectaient à la campagne et quels étaient les montants provenant spécifiquement du comité ministériel permanent des communications.

Effectivement, ces tables de concertation, au cours des deux dernières années, étaient essentiellement animées par le secrétariat du comité ministériel permanent des communications, mais réunissaient, selon les campagnes, trois, quatre, cinq, six et sept ministères différents. Dans ce cas, il y avait aussi le même type de procédure qui était retenu et les participations financières pouvaient varier, bien sûr, d'un ministère à l'autre, selon les disponibilités budgétaires de chacun de ces ministères ou le degré d'implication de chacun de ces ministères et du comité ministériel permanent des communications avec une partie du budget qui était sous sa responsabilité.

M. Doyon: Le ministre est-il en mesure de nous dire quelle est la thématique commune qui a été finalement retenue? Est-ce celle qui vise à rattacher toute l'action gouvernementale au thème général de la relance économique, un peu comme on a pu en être informé précédemment, et à ce que toute la publicité gouvernementale puisse

mettre en relief ce que le gouvernement se plaît à appeler son action dans le domaine de la relance économique de façon que, de toutes les manières possibles, on puisse tenter de donner l'impression à la population en général que le gouvernement s'acharne véritablement à la solution des problèmes réels qui sont des problèmes économiques actuellement et qui sont ceux que nous, de notre côté, privilégions actuellement?

**M. Bertrand:** Il s'agissait de la campagne de publicité qui avait comme thème "On a tout à gagner" et qui avait été conçue par l'agence de publicité Cossette Communication Marketing retenue après, bien sûr, avoir procédé aux sélections habituelles. (12 h 45)

Je suis convaincu, M. le député de Louis-Hébert, que cette campagne et les autres qui ont suivi ont contribué pour une large part à deux éléments: donner un certain nombre d'informations à la population relativement aux actions non seulement entreprises par le gouvernement du Québec, mais très souvent entreprises par le gouvernement et certains partenaires pour faire en sorte que nous sortions de la crise économique et que nous puissions effectivement entreprendre ce qu'on a appelé la relance économique, ce qui s'est traduit par un certain nombre de décisions, de mesures et de gestes qui, aujourd'hui, sont sur le terrain, sont concrets et qu'on peut effectivement identifier. Je crois beaucoup à l'efficacité de ce type de campagne pour donner à la fois un certain nombre d'informations à la population, quoique je serai toujours le premier à admettre qu'un plan de communication qui n'est que publicitaire est incomplet et qu'il doit y avoir d'autres aspects qui s'y ajoutent, mais que la publicité dans l'ensemble des moyens mis à la disposition de quelque organisme que ce soit pour bâtir un plan de communication est un des instruments importants dont il faut tenir compte et qu'il faut savoir utiliser.

J'ai la conviction que cela a servi, entre autres, au niveau de la sensibilisation du public au niveau de la création d'un climat de confiance chez les gens dans le contexte d'une reprise économique à effectuer et que ces actions en matière de publicité peuvent se justifier à plusieurs points de vue. Évidemment, la remarque, c'est toujours: Cela coûte cher. Effectivement, quand on donne aux gens les chiffres globaux, cela crée une impression de montants très massifs qui peuvent être injectés en publicité, mais quand on regarde le coût que représente, par exemple, une demi-page ou une page de publicité dans un quotidien, une page dans un hebdomadaire, 30 ou 60 secondes à la radio, 30 ou 60 secondes à la télévision, les coûts sont très élevés. Ce



qui coûte cher dans ces campagnes de publicité, c'est évidemment le placement dans les médias d'information. Évidemment, vous allez me dire: Pour les entreprises elles-mêmes, c'est une source de revenus additionnels qui leur permet, bien sûr, de rentabiliser leur entreprise, que ce soit dans les médias écrits ou les médias électroniques, mais pour les gouvernements, ce sont des coûts importants au niveau du placement. À ce point de vue - je ne voudrais surtout pas l'avoir oublié - je prends l'année 1983 dans le *Globe and Mail*: "Top 50 national advertisers". On the top, can I mention it, the Government...

**Le Président (M. French):** C'est à la mode ces temps-ci par vous autres. Alors, mentionnez-le.

**M. Bertrand:** ...of Canada...

**Le Président (M. French):** Ah bon! Bien... C'est un nouveau gouvernement. Il n'est pas aussi mauvais que l'autre.

**M. Bertrand:** C'était l'ancien. C'était en 1983. 53 000 000 \$...

**Le Président (M. French):** Celui qui n'était pas bon.

**M. Bertrand:** En 1983, 53 000 000 \$. Le premier, le gouvernement du Canada. Le gouvernement de l'Ontario, sixième, dans les 50 plus importants, 27 172 000 \$ et le gouvernement du Québec, 21e, avec 11 810 896 \$.

**M. Doyon:** En avant de Coca Cola.

**M. Bertrand:** Juste en avant.

**M. Doyon:** Ouste en avant de Coca Cola.

**M. Bertrand:** Et nous, pour donner de l'information aux gens, non pas sur une bouteille de Coke ou une bouteille de Sprite, mais pour donner de l'information sur des centaines, pour ne pas dire des milliers de services et de programmes que les gens doivent connaître s'ils veulent véritablement y avoir accès. Dans ce contexte, je dis que c'est un devoir d'État de s'assurer que la population est renseignée sur les différents services et programmes que nous avons décidés à l'Assemblée nationale ou au gouvernement et auxquels elle a accès et que, très souvent, elle n'utilise pas parce qu'elle ne les connaît pas.

Je trouve, quand on compare le gouvernement de l'Ontario, à 27 172 000 \$, et le gouvernement du Québec, à 11 810 000 \$ en

1983, enfin...

**Le Président (M. French):** Qu'est-ce que ce sera pour le gouvernement du Québec cette année, M. le ministre?

**M. Bertrand:** Je n'ai pas les livres pour l'année 1984-1985. Ils seront fermés le 31 mars. Lors de l'étude des crédits, on pourra en parler.

**M. Doyon:** M. le Président, il est remarquable, dans l'apologie que fait le ministre de la publicité gouvernementale, que, dans le même discours, il indique que le gouvernement, par ses campagnes de publicité, a décidé de jouer sur le plan psychologique auprès de la population. D'après ce qu'il dit, lui donner confiance en elle-même, lui faire se rendre compte - en fait, ce qui est sous-jacent à cela - que, grâce à l'action gouvernementale, on est en train de sortir de la crise, etc.

Pour faire une critique de ce qui se fait vraiment ailleurs et faire des comparaisons valables, il faudrait voir si on retrouve au gouvernement de l'Ontario - si on le faisait, je ne l'approuverais pas - des campagnes publicitaires aussi vides et aussi creuses de sens que celle de "Bravo Québec" ou "C'est reparti. On a tout à gagner." M. le ministre, vous reconnaîtrez avec moi que, pour porter un jugement de valeur sur les campagnes de publicité, il faudrait savoir combien d'argent a été attribué à ce genre d'"autocongratulation", comme je le disais tout à l'heure, à cette espèce d'incantation générale visant à appeler la pluie rédemptrice de la relance économique.

Ce que je ne suis pas seul à déplorer, ce que les spécialistes et les observateurs chevronnés de la scène politique déplorent, c'est cette tendance marquée que le gouvernement a, M. le ministre, plus particulièrement - dois-je le dire? - depuis que vous êtes le ministre des Communications, de faire des campagnes générales qui n'informent pas la population que, dorénavant, Logirente est accessible à une classe de citoyens à qui il ne l'était pas, que, dorénavant, on pourra avoir droit à un certain nombre de choses, mais qui sont tout simplement une espèce de grand hymne général ou un Te Deum qui...

**Le Président (M. French):** M. le député, je dois intervenir.

**M. Doyon:** C'est un peu en réponse à ce que le ministre a dit...

**Le Président (M. French):** Vous savez combien j'ai de sympathie pour ce que vous dites, mais avant que le ministre se lance dans les chiffres lui aussi...

**M. Bertrand:** Non, non, non. Pas dans les chiffres.

**M. Doyon:** Il va nous lancer un volume de 550 pages par la tête.

**Le Président (M. French):** Il va nous dire comment les gens apprécient l'information gouvernementale.

**M. Bertrand:** Oui.

**Le Président (M. French):** Est-ce que vous allez dire aussi le pourcentage de gens qui pensent que cela devrait être davantage réglementé, etc.?

**M. Bertrand:** Je peux vous dire plein de choses.

**Le Président (M. French):** Oui. M. le ministre, je vous suggère...

**M. Bertrand:** ...d'être bref.

**Le Président (M. French):** ...un moratoire des deux côtés, un armistice là-dessus. Sinon, on ne passera pas au travers.

**M. Bertrand:** Effectivement, M. le Président...

**Le Président (M. French):** Vous avez eu cinq à dix minutes pour justifier... Le député a répliqué.

**M. Bertrand:** Non, non...

**Le Président (M. French):** Ne pouvons-nous pas...

**M. Bertrand:** J'avoue effectivement que nous aurions énormément de difficulté à nous entendre, M. le député de Louis-Hébert et moi-même, sur toute cette question. Je pense que le seul moment où il changera probablement d'avis sur cette question, c'est au moment où il se retrouvera peut-être un jour - je ne sais pas exactement en quelle année, si les électeurs de Louis-Hébert lui prêtent vie - au gouvernement. À ce moment-là, peut-être qu'il comprendra que l'information gouvernementale est importante.

**Une voix:** Peut-être des siècles...

**Le Président (M. French):** La question pertinente serait: Quelle serait l'attitude du député de Vanier de l'époque, s'il y avait un député de Vanier dans l'Opposition à ce moment-là?

**M. Bertrand:** La même opinion. Jamais! Jamais! Citez-moi un cas où... D'ailleurs, je n'ai jamais été député de l'Opposition, mais citez-moi un cas où, avant d'être député...

**M. Doyon:** Cela viendra.

**M. Bertrand:** ...j'ai, de quelque façon que ce soit, indiqué qu'un gouvernement ne devait pas avoir des plans de communication, des plans d'information coordonnés, cohérents. Je me rappelle, quand je donnais des cours comme professeur à l'Université Laval - le député de Chauveau qui est présent...

**Le Président (M. French):** Comme ex-collègue.

**M. Bertrand:** ...qui a aussi oeuvré dans le monde de l'enseignement, peut en témoigner. Peut-être que d'autres qui sont à la table peuvent le faire aussi. Quand j'étais professeur au Département de journalisme et d'information de l'Université Laval, parmi les cours que je donnais, il y avait un cours qui portait sur la communication gouvernementale. Croyez-le ou non, M. le député de Westmount.

**Le Président (M. French):** J'ai donné ce cours à la demande de votre successeur, M. Barnabé. Alors, je suis pleinement conscient de l'existence de ce cours.

**M. Bertrand:** Bon. Et je suis moi-même allé avant vous à ce cours...

**Le Président (M. French):** C'est cela.

**M. Bertrand:** ...comme ministre des Communications, expliquer aux étudiants pourquoi le gouvernement avait une politique sur la communication gouvernementale, comment elle s'appliquait, etc. Nous sommes tous les deux, d'ailleurs, allés donner notre avis là-dessus devant le même groupe d'étudiants il y a environ, si ma mémoire est bonne, un an ou deux. Mais je voulais vous donner une information tirée de cet énorme bouquin que je vous invite à lire...

**Le Président (M. French):** M. le ministre, M. le ministre.

**M. Bertrand:** "Réactions du public face à la publicité gouvernementale". C'est très intéressant parce que cela a été réalisé par le groupe Sociétal avec...

**M. Doyon:** Il est dur à arrêter!

**Le Président (M. French):** Oui, effectivement.

**M. Bertrand:** ...la contribution, bien sûr, d'autres groupes. Ils ont fait des comparaisons par province.

**Le Président (M. French):** M. le ministre.

**M. Bertrand:** À un moment donné, ils posent la question suivante: "Does government advertising serve a useful purpose"? Oui. Savez-vous dans quelle province c'est le plus élevé? C'est au Québec, avec 86% de oui.

**M. Doyon:** Oui, mais vous avez fait une campagne de publicité pour leur dire que c'était utile.

**Le Président (M. French):** M. le ministre, je pense que c'est effectivement très intéressant. Je pourrais, moi aussi, citer des chiffres. Comme vous le savez, j'étais aussi présent que vous au "seminar" en question, mais, pour le moment, pourrions-nous revenir à l'engagement 17 d'avril 1984?

**M. Bertrand:** Oui.

**Le Président (M. French):** D'ailleurs, il n'y a plus de questions; il n'y a plus de réponses. Avril 1984, vérifié.

**M. Doyon:** Vérifié.

**M. Bertrand:** Juste une remarque. Vous savez, M. le député de Westmount, qu'il y a une campagne de publicité qui a été décidée pour l'année en cours sur l'achat de produits québécois. Je réalise que je réponds au projet de loi 191, Loi sur les sondages et la publicité gouvernementale, présenté par vous-même, article 14, paragraphe 5: "...de faire la promotion de l'achat de services et de produits manufacturés au Québec".

**Le Président (M. French):** M. le ministre, il ne s'agit pas...

**M. Doyon:** On est pour la vertu, nous aussi.

**Le Président (M. French):** Oui, on est tous pour la maternité.

**M. Bertrand:** Donc, l'Opposition m'incite à faire mon travail. Je le fais de la façon la plus efficace possible et je pense qu'effectivement les résultats sont bons.

**M. Doyon:** Les sondages sont mauvais, cependant.

**Le Président (M. French):** Les engagements financiers de mai 1984 du ministère des Communications.

#### Engagements de mai

**M. Doyon:** À l'article 12, M. le Président, très rapidement, on indique qu'il y a un contrat de services qui a été accordé pour l'entreposage et le repiquage de documents filmiques dont les droits

appartiennent au gouvernement pour une période de trois ans. M. le ministre, est-ce le premier contrat de cette nature qui est accordé soit à Banque de films du Québec Inc., qui l'a reçu pour 25 000 \$ ou à d'autres compagnies, d'autres sociétés? Combien de documents sont touchés par ces services d'entreposage et de repiquage? Est-ce que d'autres fournisseurs ont été approchés pour qu'ils puissent offrir leurs services pour de l'entreposage et du repiquage de documents semblables?

**M. Bertrand:** Le contrat a été accordé en mars 1984 à la Banque de films du Québec pour réaliser un projet pilote de traitement, de classement et de commercialisation de documents audiovisuels et filmiques dont les droits appartiennent au gouvernement. Le CT autorisant la signature de ce contrat prévoyait que le repiquage des documents filmiques devait se faire par les moyens normaux, c'est-à-dire par commande ouverte du Service des achats du gouvernement. Une demande a donc été adressée au Conseil du trésor pour que la Banque de films du Québec puisse avoir recours à des fournisseurs de son choix afin d'exécuter ces travaux de repiquage. C'est le premier contrat du genre qui a été accordé à la Banque de films du Québec; c'est probablement le dernier aussi.

**M. Doyon:** Pourquoi?

**M. Bertrand:** Parce que le travail a été effectué.

**Le Président (M. French):** Bon, c'est fait.

**M. Bertrand:** Le travail a été effectué. Il y a une imputation budgétaire sur deux exercices financiers et cela totalise un montant de 25 000 \$.

**Le Président (M. French):** Mais ce n'est pas l'entreposage en soi qui est acheté; c'est un système d'entreposage qui est acheté, si je comprends bien?

**M. Bertrand:** C'est cela. C'est un projet pilote à la fois de traitement, de classement et de commercialisation de documents audiovisuels et filmiques dont les droits appartiennent au gouvernement du Québec. Il serait intéressant pour les députés, si un jour ils le voulaient - je pense que le député de Saint-Henri serait très intéressé - visiter, à Montréal...

**Le Président (M. French):** Est-ce dans son comté?

**M. Bertrand:** Non, c'est tout près de Notre-Dame. Si ma mémoire est bonne c'est

plutôt dans le comté de Saint-Jacques. C'est tout près de l'autoroute qui entre au centre-ville de Montréal.

**M. Doyon:** Nous voilà bien informés.

**M. Bertrand:** Un gars du village de Québec comme moi...

**Le Président (M. French):** Y a-t-il d'autres questions sur l'engagement 12 ou sur d'autres engagements?

**M. Doyon:** Non. Si le ministre promet d'être bref, pourrait-il nous indiquer, à l'engagement 14, où on indique qu'il y a eu renouvellement de contrat de services pour l'utilisation par la bibliothèque administrative du gouvernement, du réseau de télétraitement RIBLIN pour l'année financière 1984-1985, pour 155 000 \$, fournisseur: Conférence des recteurs et principaux des universités du Québec, ce qu'est le réseau de télé-traitement RIBLIN?

**Le Président (M. French):** Si c'est pour être long, M. le ministre, on va reprendre plus tard.

**M. Bertrand:** C'est long et c'est court. RIBLIN, c'est un consortium de bibliothèques.

**Le Président (M. French):** Est-ce qu'on reprend à 15 heures, M. le ministre?

**M. Bertrand:** Ou avant.

**Le Président (M. French):** À 14 h 30?

**M. Bertrand:** Oui.

**Le Président (M. French):** La commission suspend ses travaux pour les reprendre à 14 h 30 à la même place.

(Suspension de la séance à 13 h 01)

(Reprise de la séance à 14 h 42)

**Le Président (M. French):** À l'ordre, s'il vous plaît!

Le ministre est maintenant parmi nous. Nous avons donc quorum et le témoin.

Nous étions à l'engagement 14 des engagements financiers du ministère des Communications pour le mois de mai 1984. Je vais inviter le député de Louis-Hébert à reprendre sa question pour le bénéfice du ministre.

**M. Doyon:** Merci, M. le Président. C'est une simple question d'information. C'est pour savoir ce qu'est, finalement, ce qu'on appelait le réseau de télétraitement RIBLIN. Je ne veux pas que le ministre nous fasse

une longue réponse. Il a dit quelques mots, mais s'il veut les reprendre pour...

**M. Bertrand:** Très spécifiquement, les lettres du mot RIBLIN signifient Réseau informatisé de bibliothèques Library Information Network.

**M. Doyon:** Et cela couvre le Canada entier, j'imagine.

**Le Président (M. French):** Je pense que cela couvre les universités québécoises, M. le ministre, puisque j'en ai déjà bénéficié.

**M. Bertrand:** Oui. Je vais être très bref d'ailleurs. Il n'est pas nécessaire d'être très long là-dessus, parce que je pense que le président de la commission est bien au courant.

**Le Président (M. French):** Mais je viens juste d'apprendre ce que c'était pour vrai, RIBLIN. Je ne connaissais pas cela avant que vous ne me le disiez.

**M. Bertrand:** Pour toutes ces questions d'échange d'information entre des bibliothèques, etc., on fonctionnait, dans le passé, avec UTLAS (University of Toronto Library Automation Systems) pour ce qui était des banques catalographiques des bibliothèques. Vous n'êtes pas sans savoir, M. le Président, qu'au cours des derniers mois, j'ai annoncé, à Montréal, que nous procédions au rapatriement au Québec des banques catalographiques qui étaient administrées par UTLAS, à Toronto, et en même temps à la création d'un centre serveur québécois dans une association avec l'entreprise privée, pour la nommer, IST, services techniques, qui a constitué une succursale qui va s'occuper essentiellement d'être maintenant ce serveur québécois que le sommet sur les communications avait souhaité créer précisément au Québec pour permettre la diffusion des informations contenues dans des banques de données. C'est tout ce projet qui est là-dedans, mais ici résumé dans un contrat de services pour permettre l'utilisation, par la bibliothèque du gouvernement, du réseau RIBLIN.

**M. Doyon:** Merci.

**Le Président (M. French):** D'autres questions?

**M. Doyon:** Pour le mois de mai 1984, non, M. le Président.

### Engagements de juin

**Le Président (M. French):** Alors, les engagements financiers du ministère des Communications pour le mois de mai 1984

sont vérifiés. On passe maintenant aux engagements financiers du même ministère pour le mois de juin 1984. M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Merci. À l'article 13, "contrat de services pour agir à titre de conseiller-expert en communications auprès de la Commission d'accès à l'information en vue de la réalisation de son programme de communications, pour une période de douze mois. Fournisseur, M. Réal Barnabé. Montant de l'engagement, 30 000 \$."

M. le Président, est-ce que le ministre pourrait nous informer s'il s'agit là d'un contrat exclusif de services de M. Barnabé pour la commission d'accès?

**M. Bertrand:** Dans le sens où M. Barnabé est la seule personne qui effectue ce travail pour...

**M. Doyon:** Non. Dans le sens que M. Barnabé consacre la totalité de son temps aux services.

**M. Bertrand:** Non.

**M. Doyon:** Non. C'est à temps partiel, donc.

**M. Bertrand:** Exactement. Il est rémunéré sur une base horaire qui est de 35 \$ l'heure.

**Le Président (M. French):** 35 \$ l'heure.

**M. Bertrand:** Oui, 35 \$ l'heure.

**Le Président (M. French):** Donc les négociations sont... Le chiffre en question est un maximum?

**M. Bertrand:** Je m'excuse. C'est parce qu'il y a notre directeur général à l'administration qui me fournit une donnée qui était dans le CT, mais... En fait, cela inclut les avantages sociaux. La rémunération au taux horaire - c'est une note que le président de la Commission d'accès à l'information m'a transmise, précisément parce qu'il était au fait que ce matin on étudiait les engagements financiers - est de 29,50 \$ pour une période maximale de douze mois jusqu'à concurrence d'une somme maximale de 25 000 \$. Quand on dit 35 \$ l'heure, cela inclut les avantages sociaux. Tous les 25 000 \$ n'ont effectivement pas été dépensés jusqu'à maintenant. Si Mme Bélanger est ici... Je crois que c'est à peu près 5000 \$ qui ont été dépensés jusqu'à maintenant en services fournis par M. Barnabé pour aider la Commission d'accès à l'information à préparer un plan de communications.

**M. Doyon:** Mais la commission d'accès a-t-elle une direction des communications?

**M. Bertrand:** Non.

**M. Doyon:** Elle n'en a pas.

**M. Bertrand:** Non.

**M. Doyon:** Tout simplement, je trouve cela un peu curieux. C'est qu'il s'agit d'un contrat de services, un contrat où M. Barnabé est rémunéré à l'heure. Est-ce qu'il est normal que, pour un contrat de services où on rémunère les gens à l'heure, il y ait des avantages sociaux? De quelle nature sont les avantages sociaux? Je ne comprends pas trop. Est-ce qu'il y a des vacances là-dedans? Est-ce qu'il y a des congés de maladie?

**M. Bertrand:** Ce sont les clauses habituellement prévues. J'ai ici la convention établie entre la Commission d'accès à l'information et M. Barnabé. On dit: "Il s'engage à agir à titre de conseiller-expert en communications et relations publiques dans le cadre de la réalisation du programme de communication de la commission. Il supervise la préparation des communiqués, des documents d'information en collaboration avec le personnel de la commission. Il supervise la production et la diffusion du matériel de communication. Il accomplit tout autre mandat particulier relié aux communications qui pourrait lui être confié dans le cadre général de la réalisation du plan de communication." Maintenant, la commission a des obligations à son égard.

La commission s'engage à rembourser aussi, conformément aux normes et directives du Conseil du trésor, sur présentation de pièces justificatives, tous les frais de déplacement et de séjour effectués. La question de M. le député de Louis-Hébert concerne cette notion d'avantages sociaux. Cela existe habituellement dans ce type de contrat. Non?

**M. Doyon:** C'est un taux horaire net, normalement.

**M. Bertrand:** C'est un taux horaire net de 29,50 \$.

**M. Doyon:** Il se peut que son taux horaire net soit de 29,50 \$, mais c'est parce que vous avez mentionné 35 \$.

**M. Bertrand:** On a une donnée ici. Ah bon. Très bien. Dans le projet, c'était de 35 \$ et cela a finalement été de 29,50 \$.

**M. Doyon:** Il n'est pas question d'avantages sociaux. D'accord.

**M. Bertrand:** Voilà. Dans la décision ici, c'est bien marqué en bas: Demande approuvée par le Conseil du trésor à condition que le tarif horaire n'excède pas 29,50 \$.

**M. Doyon:** Parce que les avantages sociaux, je ne comprenais pas.

**M. Bertrand:** Je m'excuse, il y avait un peu de confusion.

**M. Doyon:** Cela va. Il n'y a pas de problème. Je n'ai pas d'autres questions sur l'engagement no 13.

**Le Président (M. French):** D'autres engagements pour le mois de juin?

**M. Doyon:** L'engagement no 16, M. le Président.

**Le Président (M. French):** L'engagement no 16.

**M. Doyon:** De juin 1984. "Contrat de services pour effectuer la coordination du placement de la publicité gouvernementale, pour une période de trois ans. Fournisseur choisi: Publim Inc., Québec. Montant de l'engagement, 10 221 600 \$." L'imputation budgétaire, d'après le document qu'on a, est sur l'année 1984-1985 et les deux années suivantes. J'aimerais demander au ministre... Cela fait suite, évidemment, à l'engagement précédent que nous avons eu l'occasion d'étudier en avril 1984. C'est la suite de l'appel d'offres que vous avez sollicité et où vous avez reçu... Là, d'après ce que je comprends, vous avez reçu deux soumissions.

**M. Bertrand:** C'est cela.

**M. Doyon:** Est-ce que la soumission de la Société Médian Enr. était recevable, à ce moment-là?

**M. Bertrand:** Non.

**M. Doyon:** Elle n'était pas recevable.

**M. Bertrand:** À la suite de deux avis que nous avons obtenus.

**M. Doyon:** Où votre jurisconsulte est entré en action.

**M. Bertrand:** C'est cela.

**M. Doyon:** Le ministre est-il en mesure de nous dire, dans le cas de ce contrat de services pour une période de trois ans, quel est le montant global qui sera consacré par le gouvernement? Y a-t-il des projections qui ont été faites sur une période de trois ans, en ce qui concerne la publicité

gouvernementale, ou s'agit-il tout simplement d'une tranche où on décide de consacrer d'ores et déjà 10 000 000 \$ sur une période de trois ans, quitte à ce qu'il y ait des rajustements ultérieurs?

**M. Bertrand:** Comme vous l'avez probablement réalisé ce matin, lorsque je vous ai donné les chiffres - par exemple, pour l'année 1983, le montant total des placements que le gouvernement du Québec avait effectués s'élevait à environ 11 300 000 \$ - on attribue à l'Agence de coordination un budget qui lui permet justement de faire des achats pour des montants qui correspondent à peu près à ce que le gouvernement pense devoir placer dans les médias écrits ou électroniques. Dans le cas présent, il s'agit d'une provision à être utilisée, mais dont on ne peut dire en ce moment qu'elle le sera totalement ou même qu'elle ne pourrait pas être augmentée. Cela arrive à l'occasion. On s'en rend compte à chaque budget supplémentaire. Je me souviens que le député de Vaudreuil-Soulanges avait fait un discours là-dessus en disant: On prévoit 6 000 000 \$ additionnels pour la publicité gouvernementale. Ce n'était pas pour la publicité gouvernementale, c'était pour que l'Agence de coordination ait les montants requis pour procéder au placement, lesquels montants ne lui sont pas donnés en totalité lorsque nous présentons les crédits chaque mois de mars. Il y a toujours, dans le budget supplémentaire, une provision additionnelle justement pour faire face à ces choses-là.

**M. Doyon:** Concernant les crédits additionnels pour des campagnes de publicité, le ministre est-il en mesure de nous confirmer aujourd'hui s'il y aura un certain nombre de millions de dollars qui vont être consacrés d'une façon additionnelle aux campagnes de publicité gouvernementale, tel qu'on a pu le comprendre dans certains reportages de journaux? Y a-t-il des augmentations prévues en ce qui concerne la publicité gouvernementale dans les prochains mois?

**M. Bertrand:** La programmation a été fixée au mois de mars dernier. Je fais une distinction entre deux secteurs. Il y a un volet qui est administré par le comité ministériel permanent des communications, par décision du Conseil des ministres, dont une partie sur le plan budgétaire vient des ministères auxquels on a demandé justement plutôt que d'organiser leurs petites campagnes isolément de se regrouper dans une table de concertation. Nous avons créé trois tables de concertation: une table de concertation sur les programmes liés aux jeunes. D'ailleurs, est-ce qu'on a apporté avec nous la revue Déclit qui vient tout

juste de sortir? Est-ce que j'en ai un exemplaire? L'avez-vous vue?

M. Doyon: Je n'ai pas vu la revue, mais j'ai vu le...

**M. Bertrand:** Le poster?

**M. Doyon:** ...le poster où les jeunes sont tous souriants, bien habillés, et ils ont tous des jobs. Ce qui me paraît...

**M. Bertrand:** Non, non, je m'excuse.

**M. Doyon:** Non.

**M. Bertrand:** Peut-être qu'on pourrait... Elle vient à peine de sortir des presses. Cela me ferait...

**M. Doyon:** Je parle du poster.

**M. Bertrand:** Ah! Mais la revue?

**M. Doyon:** Non, la revue je ne l'ai pas lue.

**M. Bertrand:** La revue présente les différents programmes qui existent au niveau de la formation, certains programmes au niveau de l'action sur le terrain pour les jeunes et au niveau de l'emploi. C'est une revue qui faisait partie d'un de ces programmes, donc, une table de concertation pour les programmes liés aux jeunes; une table de concertation sur l'achat de produits québécois et une table de concertation sur l'essor économique. La division budgétaire décidée par le Conseil des ministres prévoit un montant d'argent qui est administré à partir d'une enveloppe du comité ministériel permanent des communications, de 5 000 000 \$ et des ministères qui participent aux tables de concertation à même les budgets qu'ils avaient déjà dans leur crédit. On leur dit: Ces montants vous les amenez à la table de concertation, vous formez la table de concertation, vous préparez le plan de communication, vous êtes même du jury qui sélectionne les agences. Les ministères ont donc participé eux-mêmes pour un montant de 4 200 000 \$. Je m'excuse, 3 200 000 \$.

**M. Doyon:** Est-ce que c'est la première année que cela se fait comme cela, M. le ministre?

**M. Bertrand:** L'an dernier nous avons procédé d'une façon différente. C'est la première année que nous réussissons à faire en sorte que les montants qui sont dans les ministères puissent être amenés à une table de concertation. Donc, la dépense n'est pas faite disons par le ministère de l'Énergie et des Ressources qui organise sa propre

campagne de communication, mais elle est faite par une table de concertation. Le ministère de l'Énergie et des Ressources est présent, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation est présent, le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme est présent. Il y a un certain nombre de ministères pour chacune des tables de concertation, selon le thème bien sûr, qui ont des montants d'argent.

C'était d'ailleurs prévu dans la décision du Conseil des ministres de faire en sorte que nous indiquions les montants d'argent que chaque ministère devait apporter à la table de concertation. Mais, évidemment, cela dépendait déjà de la programmation que ces ministères avaient planifiée pour l'année 1984-1985. Cela totalise 3 200 000 \$. Le Conseil des ministres a décidé de faire en sorte qu'il y ait un budget spécifique du comité ministériel permanent des communications de 5 000 000 \$, qui s'ajoute donc à ces 3 200 000 \$ pour un montant global de 8 200 000 \$, permettant la réalisation de plusieurs campagnes de communication. Je viens de vous en nommer trois avec les trois tables de concertation. Il y en a une autre au montant de 250 000 \$ avec la Fédération des travailleurs du Québec qui veut faire connaître son fonds de solidarité des travailleurs aux gens qui sont susceptibles d'y participer. Le gouvernement a accepté, pour aider la Fédération des travailleurs du Québec, d'affecter un montant de 500 000 \$ à une campagne d'information relativement à ce fonds.

Il y a aussi d'autres éléments... Ah oui! Il y a effectivement une campagne très spécifique dans les hebdomadaires québécois. Cela faisait très longtemps que les députés nous faisaient remarquer qu'il n'y avait pas que les quotidiens, mais aussi des hebdomadaires dans notre société. Les hebdomadaires jouent un rôle très important. Il y a une campagne d'information dans les hebdomadaires pour un montant de 750 000 \$ qui s'ajoute à cela.

**M. Doyon:** Est-ce sur des grands thèmes que vous avez définis ou sur des thèmes différents?

**M. Bertrand:** Celle-là est très spécifiquement sur des décisions qui ont été prises et des projets qui ont été réalisés en région parce que, comme il s'agit d'aller dans les hebdomadaires, ce sont des projets locaux, des projets régionaux que les hebdomadaires peuvent évidemment véhiculer parce qu'il s'agit de dossiers qui sont sur le territoire desservi par les hebdomadaires. (15 heures)

**M. Doyon:** En réalité, M. le ministre, 3 000 000 \$ sont récupérés des divers ministères de façon à concentrer l'impact et améliorer l'efficacité, envisagée de votre propre point de vue, bien sûr.



En ce qui concerne des fonds nouveaux, de l'argent nouveau, c'est quelque chose comme 5 000 000 \$ qui ont été consentis quelque part.

**M. Bertrand:** C'est 5 000 000 \$.

**M. Doyon:** Ces 5 000 000 \$ vont-ils être également dépensés sous la coordination du Comité ministériel permanent des communications?

**M. Bertrand:** Coordination du Comité ministériel permanent des communications avec les tables de concertation. Si je prends une campagne comme celle sur l'achat de produits québécois - peut-être que mon sous-ministre adjoint a le détail de la participation des ministères; cela vous donnerait une idée de la façon dont c'est ventilé pour une campagne en particulier - il y a plusieurs ministères qui participent à cette campagne. Le ministère du Tourisme, par exemple, pour la campagne achat de produits québécois, participe pour 400 000 \$ à même les budgets qu'il avait déjà à l'intérieur de ses crédits; le ministère des Affaires culturelles, pour 350 000 \$; le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, pour 650 000 \$; le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et la partie ministère Industrie, Commerce et Tourisme pour le volet industriel, c'est-à-dire les produits manufacturés, pour 165 000 \$ et le CMPC pour cette campagne très spécifique sur l'achat de produits québécois, au-delà de ces montants de ministère, a un montant de

1 000 000 \$ qui lui a été alloué parce que les ministères, avec les sommes qu'ils avaient, ne pouvaient pas - comment dirais-je - constituer le fonds requis pour faire en sorte que nous puissions mener à terme cette campagne sur l'achat de produits québécois qui a commencé, d'ailleurs, si ma mémoire est bonne, le 24 septembre dernier.

**M. Doyon:** C'est donc dire, M. le ministre que, d'après les quelques chiffres que vous nous fournissez au simple titre des montants consacrés pour la publicité gouvernementale, on peut prévoir une augmentation presque de l'ordre de 50%. Si on met en regard les 5 000 000 \$ avec les 11 000 000 \$ que vous avez mentionnés précédemment, on n'est pas loin de 50% d'argent neuf supplémentaire. Est-ce que c'est quelque chose comme cela?

**M. Bertrand:** Il y a ces 8 200 000 \$ dont je viens de vous parler en les divisant en deux secteurs et, au-delà de cela, il y a les campagnes des ministères et organismes qui sont sous la responsabilité directe des directions des communications de ces ministères et organismes. Par exemple, si

Kino-Québec organise une campagne quelconque, cela relève du ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche. En dehors de ces 8 200 000 \$, à ce stade-ci, à moins que mon sous-ministre adjoint ait une information... Mon sous-ministre adjoint à l'information gouvernementale me dit que sous toute réserve - on fera les vérifications nécessaires - il y aurait au-delà de ces 8 200 000 \$ un montant d'environ 4 000 000 \$ à 5 000 000 \$, ce qui ferait donc au total un montant d'environ 12 200 000 \$ ou 13 200 000 \$, selon les chiffres qu'on aura quand on fermera les livres.

**M. Doyon:** Pas d'autres questions là-dessus.

**Le Président (M. French):** D'autres rubriques dans les engagements financiers de juin 1984. Le dernier engagement, M. le ministre...

**M. Bertrand:** Oui.

**Le Président (M. French):** ...TEVECOM distributions audiovisuelles, j'ai un peu de difficulté à voir où cela se situe par rapport aux efforts qui continuent pour faire la promotion de la télévision québécoise en France.

**M. Bertrand:** Oui.

**Le Président (M. French):** On a su qu'on a passé à la télévision française, l'année dernière, quelque deux heures et demie de production québécoise. En tout cas, je vous donne un chiffre. Cela peut être sept heures et demie comme cela peut être cinq heures. En tout cas, ce n'était pas dix heures. C'est le chiffre que vous nous avez fourni au moment des crédits. Ce qu'on voit là comme subvention à la firme TEVECOM distributions audiovisuelles, est-ce que cela s'inscrit dans le même cadre de l'exercice de promotion?

**M. Bertrand:** C'est à la suite de l'engagement qui avait été pris au sommet des communications d'aider à l'exportation de nos productions audiovisuelles. TEVECOM, effectivement, reçoit du ministère une contribution de 175 000 \$ qui va lui permettre d'introduire 250 heures d'émission par la câblodistribution.

**Le Président (M. French):** Tout dépend du résultat de la fameuse chicane sur la technologie de câblodistribution que les Français vont utiliser.

**M. Bertrand:** Oui, mais pour avoir discuté tout récemment encore avec un représentant de la compagnie Vidéotron, il y



a en ce moment une quarantaine de municipalités en France avec lesquelles la société Vidéotron poursuit des négociations et qui ont décidé d'aller dans le sens de l'implantation de la câblodistribution par câble coaxial.

**Le Président (M. French):** On espère bien que la technologie québécoise va reprendre du poil de la bête en France. En tout cas, il y a des possibilités. Encore faut-il que le gouvernement approuve.

**M. Bertrand:** Oui, de l'autre côté.

**Le Président (M. French):** Oui.

**M. Bertrand:** Il y a beaucoup de... Enfin, je vous l'avais dit l'autre fois, je trouve délicat d'embarquer dans ce dossier parce qu'il s'agit de problèmes ou de dossiers internes en France. Il y a ce qu'on pourrait appeler des problèmes franco-français à l'occasion. Il y a, bien sûr, la bataille des technologies qui continue d'avoir cours entre la fibre optique et le câble coaxial. Il y a des municipalités qui ne s'entendent pas très bien finalement à savoir de quelle façon tout cela va s'articuler mais qui décident de procéder. Elles négocient directement avec les entreprises, à partir de sociétés locales d'initiatives, etc. Par exemple, elles négocient des contrats avec une société comme Vidéotron.

**Le Président (M. French):** Alors, la subvention en question va assurer une diffusion si jamais cette technologie est implantée.

**M. Bertrand:** C'est exact. C'est de l'exportation en France, principalement, de 250 heures d'émissions pour la câblodistribution.

**Le Président (M. French):** Mais c'est comme exporter des automobiles à un pays qui n'a pas de chemin, quoi?

**M. Bertrand:** Ah non! Non. Il y a des villes qui sont câblées en ce moment en France.

**Le Président (M. French):** Ah bon! Combien? Quelle population?

**M. Bertrand:** J'ai parlé tantôt d'une quarantaine de municipalités avec lesquelles ils sont en négociation qui, elles, procèdent à l'étude de l'implantation du câble. Je n'ai pas le nombre de municipalités qui sont effectivement câblées et la population qui est desservie. Mais je pourrais l'obtenir. Parce que je n'ai pas besoin de vous dire, quand on a discuté de cette chose avec TEVECOM, que nous avons bien sûr discuté

de l'ensemble de ces éléments.

J'ai ici une note qui peut peut-être vous intéresser. "D'abord, cette subvention fait suite aux engagements pris lors du sommet d'appuyer, via les entreprises privées, l'exportation de nos productions audiovisuelles ou sonores. La participation du ministère à 175 000 \$ équivaut à 25% du montant payé par l'Institut national de la communication audiovisuelle, organisme français, ou toute autre régie". Effectivement, ce montant équivaut à 157 692 \$, soit un maximum de 40 000 \$. "En plus, le ministère des Communications s'engage à payer les coûts techniques, traitement informatique, transfert, transcodage, jusqu'à concurrence de 135 000 \$".

En d'autres mots, dans notre montant de 175 000 \$, il y a un montant de 135 000 \$ qui sert à payer les coûts techniques, enfin, jusqu'à concurrence de 135 000 \$. Un montant de 40 000 \$, qui est le montant maximum, va, lui, sur les émissions comme telles en collaboration avec l'Institut national audiovisuel de France. Eux défraient 157 000 \$ là-dessus.

**Le Président (M. French):** M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** J'essaie de suivre le ministre pour savoir comment ces fonds sont distribués. Il nous dit qu'il y a 150 000 \$ qui s'en vont en frais techniques, en coût - je ne sais pas trop - d'adaptation, pour la télévision française ou pour les télévisions européennes, des émissions produites ici au Québec, j'imagine. Est-ce que ces dépenses sont encourues actuellement sans savoir si on a preneur?

**M. Bertrand:** On a preneur. Je peux ajouter d'autres informations. D'abord, évidemment, dans le plan initial que j'avais discuté avec M. Fillioud, à l'époque - c'était en juillet dernier - le projet était d'avoir 1 500 000 foyers câblés d'ici 1986 et 12 000 000 foyers câblés en 1996. C'était l'année dernière. En ce moment, il y a 100 000 foyers abonnés en France. L'heure d'émission se vendra quelque 1600 \$, ce qui signifie, pour 250 heures, un potentiel de 400 000 \$ qui reviendraient à notre industrie. En d'autres mots, en versant à TEVECOM pour l'aide à l'exportation une somme de 175 000 \$ divisée en deux montants, des soutiens techniques, etc., plus 40 000 \$ dans un autre secteur, avec cet argent et l'exportation de 250 heures dans les foyers actuellement abonnés au câble, nous allons obtenir en retour pour notre industrie québécoise 400 000 \$ de revenus.

**M. Doyon:** Ce qui nous aura coûté en

partant 175 000 \$ de subvention.

**M. Bertrand:** Pour que TEVECOM puisse exporter et participer, avec l'Institut national audiovisuel, à la pénétration par le câble des émissions qui sont nos productions audiovisuelles québécoises et canadiennes.

**M. Doyon:** Pour reprendre l'exemple du président, c'est un peu comme si on vendait des voitures 6000 \$ et que, pour vendre une voiture de 6000 \$, on donnait une subvention locale de 3000 \$ pour pouvoir obtenir 6000 \$ de produit de vente à l'étranger. Vous ne trouvez pas cela fort?

**M. Bertrand:** Je trouve cela intéressant, des revenus de 400 000 \$.

**M. Doyon:** Qui nous coûtent 175 000 \$ de subvention.

**M. Bertrand:** Oui, mais, si on veut que nos émissions se rendent de l'autre côté, si on veut participer d'une façon quelconque à l'exportation de nos productions audiovisuelles et sonores, il faut tout de même consentir un certain nombre d'efforts financiers. Bien sûr que, si on pouvait, pour 175 000 \$, retirer des revenus de 5 000 000 \$, ce serait encore plus intéressant. Mais le problème, c'est qu'il y a seulement 100 000 foyers abonnés au câble en ce moment en France. Imaginons, M. le député de Louis-Hébert, que le plan serait atteint, ou aurait été atteint en 1986, d'avoir 1 500 000 foyers abonnés et que nous ayons aidé TEVECOM qui est un consortium, en fait, de groupes québécois, à exporter 250 heures d'émissions de l'autre côté, je crois que les revenus auraient été infiniment plus élevés. Je pense qu'il est important de faire démarrer cette politique d'exportation. Elle ne démarre pas dans les conditions idéales, mais il est important qu'on la fasse démarrer.

Dans un autre dossier qui est celui de TVFQ-99, on sait à quel point il a fallu pousser pour que la réciprocité existe, c'est-à-dire que, pour les 2500 heures d'émissions françaises reçues ici au Québec par le biais de TVFQ-99, nous puissions en exporter... On projetait un nombre de 100; finalement, on était rendu à 154, mais, à un moment donné, on s'est demandé si elles étaient vraiment diffusées.

**M. Doyon:** C'est une bonne question.

**M. Bertrand:** Des vérifications ont été faites. De toute façon, le dossier de TVFQ-99 est un accord de coopération sur lequel nous devons revenir parce qu'il vient à échéance en 1985. Je dois vous dire que je regarde très attentivement ce dossier en ce moment.

**M. Doyon:** M. le ministre, au-delà de vos "si"... Évidemment, avec des "si", on peut aller très loin.

**M. Bertrand:** On peut aller à Paris.

**M. Doyon:** Vous me dites que, si on avait 1 200 000 foyers abonnés au câble en France et si on avait tant de millions de ci et tant de millions de ça, les 175 000 \$ seraient un excellent investissement. (15 h 15)

**M. Bertrand:** Mais on a là un pied dans la porte.

**M. Doyon:** On ne peut faire autrement que d'être d'accord avec tous ces "si"...

**M. Bertrand:** Mais on a un pied dans la porte, c'est ce qui est important. On s'installe sur le marché français.

**M. Doyon:** Oui, je comprends qu'on s'installe mais on s'installe en ayant 100 000 foyers câblés et en ayant une possibilité de revenu de 400 000 \$ qui reviendront à l'industrie québécoise. Cela aura coûté 175 000 \$ de subvention. Vous me dites: Oui, nos 175 000 \$ seraient un excellent investissement si on atteignait 1 000 000 de foyers câblés. Je suis bien d'accord mais je veux que les choses soient mises en perspective. Pour retirer 2 \$, on a investi 1 \$ de subvention. C'est ce qu'on fait actuellement. À ce moment-là, évitons de présenter cela comme étant un marché qui, économiquement, est intéressant. Présentons cela autrement, comme étant une première démarche vis-à-vis d'un marché potentiel qui est loin d'être certain. Il faudrait peut-être regarder les choses comme cela.

**M. Bertrand:** Je suis prêt à adopter le ton de la modestie mais je trouve que ce que les partenaires en communications nous avaient dit au sommet, à savoir d'aider à l'exportation des productions audiovisuelles, c'est un geste concret. Je suis tout à fait d'accord avec le député de Louis-Hébert. J'avoue qu'il y a une énorme différence entre aider un organisme comme TEVECOM à exporter 250 heures d'émissions sur des réseaux câblés mais je suis convaincu que c'est un excellent investissement qui nous positionne bien pour l'avenir. Il arrive qu'il y a des coûts à cela, par exemple: la confection du répertoire informatisé, traitement informatique des données, 10 000 \$; transfert de support films à 3/4 BVUNTSC, 30 000 \$; transcodage de NTSC à SECAM, 25 000 \$; duplication, deux copies de chaque heure, 8000 \$; cassettes, une pour le master, deux pour chaque émission, 42 000 \$; transport, courtage, douane, entreposage et transport local, 20 000 \$. On est rendu à 135 000 \$. Ce sont des coûts

techniques à supporter pour l'entreprise.

**M. Doyon:** Des coûts fixes.

**M. Bertrand:** Pour ce contrat de 250 heures.

**M. Doyon:** Est-ce que TEVECOM fait autre chose comme activités que de tenter de vendre à la France et à d'autres pays la production locale de télévision. A-t-elle une autre vocation, d'autres activités ou est-ce une compagnie qui a été mise sur pied dans le but spécifique de recevoir cette subvention-là de façon à...

**M. Bertrand:** Non, elle existait.

**M. Doyon:** Elle existait déjà.

**M. Bertrand:** Oui. Au sommet, les partenaires nous avaient dit: Utilisez les organismes existants et ne créez pas de nouvelles structures parce qu'on a déjà des organismes. Ils parlaient de TEVECOM à l'époque en disant: TEVECOM existe et peut très bien remplir cette mission d'exportation. Si vous pouvez les aider financièrement, cela va faciliter les choses.

**Le Président (M. French):** Les engagements financiers du mois de juin 1984 pour le ministère des Communications sont vérifiés.

**M. Bertrand:** Si cela peut intéresser le président de la commission, lors d'une dernière rencontre que nous avons eue, je pense que c'est au moment de l'étude des crédits, je vous avais dit qu'avant la fin de l'été un dossier serait réglé.

**Le Président (M. French):** Ah oui, Radio-Canada et la Régie des services publics.

**M. Bertrand:** Non, Radio-Québec.

**Le Président (M. French):** Radio-Québec, oui, je m'excuse. La nouvelle atmosphère me fait changer...

**M. Bertrand:** L'appel a été retiré, M. le Président.

**Le Président (M. French):** Qu'est-ce que cela signifie sur le plan concret?

**M. Bertrand:** Que Radio-Québec...

**Le Président (M. French):** Va rappliquer?

**M. Bertrand:** ...va retourner devant la Régie des services publics prochainement.

**Le Président (M. French):** À ce moment-là, le ministre a bon espoir que les mésententes qui ont régné auparavant entre les deux institutions ne réapparaîtront pas.

**M. Bertrand:** Très bon espoir.

**Le Président (M. French):** M. le député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Est-ce que le ministre est prêt à aller plus loin, à savoir qu'il n'y aura pas de nouvel appel d'une décision de la Régie des services publics?

**M. Bertrand:** Je ne peux pas me substituer à Radio-Québec.

**M. Doyon:** Vous ne pouvez pas mais vous êtes quand même le ministre responsable de Radio-Québec. Vous faites part actuellement d'avoir dénoué l'impasse.

**M. Bertrand:** Si une situation semblable à celle que nous avons connue se reproduisait, il est évident qu'il faudrait que le législateur songe sérieusement à modifier la loi.

**M. Doyon:** Il ne faudrait pas se retrouver, M. le ministre - c'est tout simplement un échange de propos - dans une situation où Radio-Québec, devant une décision de la Régie des services publics qui lui serait défavorable, irait en appel. Le président de Radio-Québec est changé. On se dit: On va avoir une meilleure audience qu'avant; on a quelqu'un qui va comprendre notre point de vue; on retire notre appel et on s'en va jusqu'à ce qu'on retrouve un juge qui nous soit favorable. Vous savez qu'un tribunal ne peut pas fonctionner de cette façon. On ne peut pas aller en appel et retirer son appel, espérer que la décision qu'on va plaider va nous être favorable, quitte à ce qu'on retourne en appel jusqu'à ce qu'on trouve un tribunal qui nous donne raison, ce qui, en fin de compte, arrivera tôt ou tard si on est suffisamment patient.

**M. Bertrand:** Il faut absolument créer les conditions qui fassent en sorte qu'avec la loi sur la programmation éducative, que nous avons adoptée à l'Assemblée nationale du Québec, Radio-Québec se présente devant la Régie des services publics, que la Régie des services publics, en vertu de la loi, exerce les pouvoirs que la loi lui confère relativement à son droit de regard sur la programmation éducative et que le climat soit tel que - comment dirais-je - Radio-Québec puisse très bien poursuivre sa mission de télévision et la Régie des services publics sa mission de tribunal administratif, tribunal quasi judiciaire, sans que deux organismes qui relèvent du même ministre, qui sont tous les

deux des émanations de la volonté du législateur et qui sont administrés sous tutelle, d'une certaine façon - encore là, il faut mettre les mots avec une connotation différente selon qu'il s'agit de Radio-Québec ou de la Régie des services publics - sans que tout cela aille sur la place publique avec des appels devant les tribunaux, etc. Je crois que, si on constate que le problème se trouve dans la loi, c'est dans la loi qu'il faut aller le régler. Ce que j'ose espérer, c'est que la prochaine rencontre entre Radio-Québec et la Régie des services publics se déroule dans un contexte qui permettra de rendre applicable la loi 4 sur la programmation éducative.

**Le Président (M. French):** On remercie...

**M. Bertrand:** D'autant plus que la programmation commence à se modifier substantiellement et il y a un article qui dit que, quand la programmation se modifie substantiellement, il faut retourner devant la régie.

**M. Doyon:** Est-ce que le ministre peut aller un peu plus loin?

**M. Champagne:** J'invoque le règlement. Ici, on étudie les engagements financiers. Si on veut faire un autre débat sur la question, j'aurais aimé le savoir au départ qu'on entamait une discussion là-dessus.

**Le Président (M. French):** M. le député de Mille-Îles, je vous...

**M. Champagne:** J'accepterais peut-être quelques minutes, mais je ne voudrais pas que ce soit un dialogue sur une question qui n'était quand même pas à l'ordre du jour.

**Le Président (M. French):** Je pense que c'est le ministre qui l'a soulevée. C'est le député qui a, je pense, de façon compréhensible, répondu, mais je dois, comme président, inviter le ministre et le député à se désister pour le moment.

**M. Bertrand:** C'est vrai qu'on se rendait loin, mais je voulais au moins vous donner l'information sur une demande que vous m'aviez faite.

**Le Président (M. French):** Nous vous en sommes très reconnaissants. Merci, M. le ministre.

**M. Bertrand:** Très bien.

**Le Président (M. French):** Je remercie les fonctionnaires qui accompagnent le ministre.

**M. Bertrand:** Très bien, merci.

M. Doyon: Merci beaucoup.

**Le Président (M. French):** Nous allons donc procéder à la vérification des engagements financiers d'autres ministères. D'abord, les engagements financiers du ministère des Affaires culturelles pour les mois d'avril, mai et juin 1984. Je pense que les députés de l'Opposition voudraient demander que l'étude de ces engagements financiers soit reportée. Écoutez! Est-ce qu'il y a un problème? Il n'y a pas de problème technique. On voudrait demander que l'étude de ces engagements financiers soit reportée, s'il vous plaît.

### Communautés culturelles et Immigration

Pour ce qui est des engagements financiers du ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration pour les mois d'avril, mai et juin 1984, y a-t-il des questions ou commentaires?

**M. Champagne:** Est-ce que leur étude est reportée?

**Le Président (M. French):** C'est ce qu'on décide.

**M. Champagne:** D'accord.

**Le Président (M. French):** On a décidé, pour les Affaires culturelles, M. le député, que l'étude soit reportée. Il s'agit maintenant de discuter, parce qu'on a trois choix. Nous pouvons poser des questions qui seraient enregistrées par le secrétaire et remises au ministre pour réponses ultérieures. Nous pouvons vérifier et accepter les engagements financiers aujourd'hui et nous pouvons les reporter.

### Engagements d'avril, mai et juin

**M. Doyon:** Je ne m'oppose pas, s'il y a une proposition dans ce sens, pour ce qui est du ministère des Communautés culturelles et de l'immigration, que ce soit adopté pour les mois... Quels sont les mois qui sont en cause?

**Une voix:** Avril, mai et juin.

**M. Champagne:** D'accord.

M. Doyon: Avril, mai et juin.

**M. Champagne:** Je suis d'accord.

**Le Président (M. French):** Donc, les engagements financiers du ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration pour les mois d'avril, mai et juin 1984 sont

vérifiés et acceptés. La commission clôture donc ses discussions pour le moment mais nous allons continuer en séance de travail.

(Fin de la séance à 15 h 26)