

tantôt. Il est reconnu que la plupart des gens n'assimileront pas un fait la première fois qu'on le leur dit. Il faut leur répéter jusqu'à les observer pour qu'ils le saisissent. C'est une vérité qu'il nous faut reconnaître, je pense, et je prétends que l'Association nationale canadienne du tourisme, si elle avait assez d'argent pour faire le travail, serait la mieux en mesure d'entreprendre cette tâche d'éducation sur le plan national. Je trouve qu'il est lamentable, pitoyable que cette association bénévole n'ait qu'un maigre budget de \$60,000 pour agir. J'ignore comment elle parvient à faire si bien, et je ne le dis pas pour flatter un homme ou ses associés. Je dis que \$60,000 est une somme insuffisante pour aider à protéger une industrie dans laquelle 17,500,000 Canadiens ont un intérêt capital, une industrie qui est la seconde ou la troisième en importance au Canada.

M. FISHER: La deuxième par le nombre de dollars américains qu'elle produit et la troisième par le revenu qu'elle apporte de l'étranger, le blé passant avant elle. Mais chez nous, on dit que c'est la troisième industrie par son importance.

Le sénateur CONNOLLY (*Halifax-Nord*): Nous revenons donc toujours au problème fondamental: la nécessité d'avoir plus de dollars pour protéger convenablement cette industrie. C'est ma façon de voir, monsieur le président.

M. FISHER: Le sénateur Connolly a demandé si nous nous efforcions d'atteindre les dirigeants des grandes entreprises. Nous le faisons, du mieux que nous pouvons. Quant à la publicité, nous avons plusieurs publications, un dépliant sur la publicité et la stimulation, une plaquette en anglais et en français encourageant les Canadiens à voyager dans leur propre pays. Nous accordons des prix pour les apports remarquables à l'industrie touristique et, grâce au concours de M. George Metcalf, président de *Loblaws*, nous avons pu envoyer à nos membres cette jolie plaquette sur le centenaire. Nous distribuons les comptes rendus de nos délibérations et les rapports officiels. Nous collaborons avec les Chambres de commerce, nous fournissons aux chambres cadettes des imprimés et des discours préparés sur la façon de cultiver le tourisme régional, sur la façon d'instruire les agents de police, les serveuses, les commis et, en général, les gens qui sont en contact direct avec les touristes. Nous insistons beaucoup sur l'importance du sourire et sur l'importance de mieux connaître sa propre localité. Bref, nous essayons d'asseoir notre industrie touristique sur des fondements solides. Je doute que nous parviendrons jamais à atteindre le degré de raffinement de la Suisse ou des îles Hawaï, car notre tempérament s'y oppose. J'ai rencontré à Edmonton un Canadien qui est allé aux îles Hawaï l'hiver dernier. Il m'a raconté qu'il marchait sur la rue un matin et qu'il se trouvait manifestement égaré. Un garçonnet s'amène à bicyclette, environ dix minutes avant l'ouverture des classes, et lui demande: "Vous êtes étranger? Pourrais-je vous aider?" Le Canadien répond: "Oui. Je voudrais me rendre à tel endroit." Le garçonnet lui dit: "C'est assez loin d'ici, mais je vais vous y conduire avec plaisir." Le Canadien lui demande: "N'es-tu pas en route pour l'école?" "Oui", dit le garçonnet. Mon ami lui dit: "Mais tu seras en retard." Et le garçonnet de rétorquer: "Quand on est en retard à l'école ici, on n'a qu'à dire à la maîtresse qu'on s'est attardé en aidant un touriste." Cette histoire a plusieurs variantes possibles.

Le PRÉSIDENT: J'imagine que, le long de la route de l'Alaska, où passera tant de monde, il y a des établissements touristiques dont l'existence a besoin d'être connue. Savez-vous s'il se fait quelque chose pour renseigner les touristes?

Le sénateur SMITH (*Kamloops*): Oh, l'information fournie est bonne, mauvaise ou indifférente. Mais il y a une brochure qui rend service et grâce à laquelle les gens qui reviennent chantent les louanges du Grand Nord. C'est