

en 1967. Je remarque que le ministre le mentionne maintenant dans ses discours comme d'un plan de trois ans, bien qu'en 1962 on parlait d'un plan quinquennal. Il n'y a eu changement que dans les chiffres.

L'hon. M. Sharp: L'an dernier, c'était un plan de quatre ans.

L'hon. M. Dinsdale: Changement de chiffre, tout simplement. Je me rappelle les prophéties optimistes faites au début du programme de cinq ans, qui envisageaient des rentrées touristiques d'un milliard de dollars pour 1967, l'année du Centenaire. Je me demande quel progrès nous faisons vers cet objectif d'un milliard de dollars. Je suis du côté des optimistes à cet égard. Je suis d'avis qu'il sera relativement facile de réaliser ce chiffre, aussi longtemps que le gouvernement continuera la campagne vigoureuse de publicité qui a accompagné le lancement du programme en 1962.

A mon sens, un des éléments essentiels du succès d'une campagne semblable, c'est l'expansion à brève échéance d'un nouveau marché, l'Europe. C'est en 1962 que le gouvernement a décidé pour la première fois de faire de la réclame auprès des touristes européens. Si, comme semblent l'indiquer les chiffres de l'année en cours, nous sommes à la veille d'atteindre le point de saturation en ce qui a trait au marché américain, il nous faut de toute urgence donner plus d'ampleur à notre programme de publicité en Europe. Nous n'avons plus que trois ans pour préparer les Européens en vue de leur invasion du Canada, en 1967.

C'est à Londres, en septembre 1962, que nous avons pratiqué notre première brèche à cet égard. Nos efforts devaient ensuite porter sur Paris et les autres grandes capitales européennes. J'espère que le programme progresse aussi rapidement que possible. Je sais que les fonctionnaires de l'Office de tourisme du gouvernement canadien sont des hommes dévoués et que, s'ils se sentent appuyés par le Conseil du Trésor, ils manifesteront une ardeur et un enthousiasme sans borne afin d'atteindre l'objectif audacieux d'un milliard de dollars que le Canada s'est fixé aux termes de son programme quinquennal.

Avant de reprendre mon siège, je voudrais rendre hommage aux exploitants d'entreprises privées dans le domaine important du tourisme. L'Association canadienne de tourisme a joué un rôle important qui va croissant, grâce à sa perception de l'importance du tourisme dans l'économie canadienne. Je comprends l'anxiété qu'éprouve l'honorable député de Parry-Sound-Muskoka au sujet du commerce touristique interprovincial, et aucun groupe n'est plus conscient de l'importance économique de cet aspect du tourisme que l'Association canadienne de tourisme. C'est un thème qu'il serait bon de mettre en œuvre,

[L'hon. M. Dinsdale.]

comme dans le passé. Comme les données statistiques indiquent un revers dans la tendance, cette année, il y aurait peut-être lieu de choisir ce problème comme l'un des sujets importants devant être examinés lors de la conférence annuelle fédérale-provinciale sur le tourisme qui, d'après son calendrier habituel, devrait se réunir très bientôt.

M. Fleming: Monsieur le président, si je participe au débat à l'heure actuelle, les honorables députés comprendront j'en suis sûr que, comme député de la Colombie-Britannique, l'intérêt primordial que je porte à l'expansion du commerce vise, en somme, l'expansion économique de l'Ouest du Canada en général et de la province du Pacifique en particulier. Je ne m'intéresse pas uniquement à l'expansion économique de la région précitée, loin de là, mais aux effets considérables que cette expansion pourrait avoir sur notre pays et aux effets qu'une rapide expansion économique de la région du Pacifique sur l'expansion du Canada dans son ensemble. Je sais que le ministre n'ignore pas l'importance des programmes intéressant la région du Pacifique.

Il s'est rendu au Japon récemment et sait ce que représente les ventes du blé de l'Ouest à la Chine et aux autres pays du Pacifique. Toutefois, je me demande s'il n'a pas trouvé, lorsqu'il a étudié l'expansion commerciale de cette région, que nous n'avions jamais eu au Canada—nous n'en avons toujours pas à l'heure actuelle—de programme d'expansion intéressant vraiment l'ensemble de la région du Pacifique, programme qui viserait non seulement le commerce mais tous les autres domaines de notre politique touchant nos voisins du Pacifique. Lorsque nous allons au-delà du domaine commercial et que nous élaborons d'autres programmes nécessaires, notamment dans le domaine des affaires extérieures, de l'immigration, des pêcheries, nous jetons les bases des programmes commerciaux que nous établirons au cours des ans. Dans un discours prononcé à Montréal le 21 mai de cette année, M. Arthur J. R. Smith, directeur du Conseil économique du Canada, s'exprimait en ces termes:

Selon la tradition, l'intérêt du Canada dans les affaires économiques internationales a surtout porté sur les États-Unis. Cependant, ces dernières années, les progrès sensationnels accomplis en Europe occidentale ont manifestement éveillé l'intérêt des Canadiens quant aux affaires économiques d'outre-Atlantique. Mais les Canadiens n'ont manifesté aucun intérêt analogue en ce qui concerne les affaires économiques d'outre-Pacifique, en dépit des transformations considérables de l'économie japonaise.

Je crois que cela constitue une critique valable de la politique canadienne dans la mesure où elle a trait à la mise en valeur de nos intérêts dans tout le bassin du Pacifique.