

faire à moins d'avoir un budget qui lui permette d'étendre son champ d'activité. L'Office fédéral du tourisme ne peut le faire non plus et pour des raisons encore plus évidentes.

Le sénateur ISNOR: Pourquoi pas?

Le sénateur CONNOLLY (*Halifax-Nord*): Pourquoi? Parce qu'une mission semblable dépasserait de beaucoup les attributions auxquelles l'Office semble actuellement limité, parce que le rôle de l'Office fédéral du tourisme est d'attirer l'attention sur le Canada dans les pays étrangers en vue de décider leurs habitants à visiter le Canada. Je me souviens du temps où divers gouvernements provinciaux critiquaient l'Office du tourisme parce qu'il ne publiait pas d'annonces sur telle ou telle province. A cet égard, l'Ontario et la Nouvelle-Écosse se distinguaient. Si par hasard l'Office reproduisait dans ses imprimés touristiques une photo montrant une scène de la Nouvelle-Écosse, l'Ontario montait sur ses grands chevaux et tempêtait; et vice versa. Si ce que je dis est vrai, cela nous ramène à la question que nous avons discutée à notre toute première séance, et c'est la question de savoir d'où viendront et comment seront employés les dollars supplémentaires qu'il faut dépenser. Nous pourrions parler pendant trois ans de petits détails relatifs à l'industrie touristique, de petites choses qui devraient se faire ou qu'il faudrait faire, mais le grand besoin fondamental de l'heure, c'est le besoin d'avoir plus d'argent. D'où viendra-t-il?

Le sénateur CROLL: Un instant. Je pensais que cela allait me conduire ailleurs.

Le sénateur CONNOLLY (*Halifax-Nord*): C'est peut-être ce qui serait arrivé si vous ne m'aviez pas interrompu. Allez-y.

Le sénateur CROLL: Je pensais que vous alliez proposer autre chose et j'attendais avec impatience. Je vais le proposer à votre place. Ce que j'apprends ici semble indiquer qu'il faudrait travailler pendant quelque temps sur ce côté-ci de la frontière. Ce ne serait pas une mauvaise idée de réserver une année pour dire aux nôtres quels sont les moyens à prendre en présence de cette situation. C'est ce que vous vous trouviez à dire, en somme. Il semble que, dans une certaine mesure, nous perdons l'objectif de vue quand nous y arrivons. Que faisons-nous pour mettre les nôtres au courant et leur apprendre à quelles solutions ont eu recours ailleurs des hommes d'expérience?

Le sénateur CONNOLLY (*Halifax-Nord*): M. McAvity disait l'autre jour, je crois, qu'il y a un certain manque d'intérêt chez les Canadiens. Vous ne pouvez obtenir qu'un certain revenu et vous fonctionnez avec un budget de \$60,000, ce qui est une somme insignifiante à notre époque de budgets monstrueux. Y a-t-il quelqu'un qui mette les grandes entreprises au courant de ce qui se fait? Y a-t-il quelqu'un qui présente aux grandes entreprises des données statistiques leur disant, par exemple, combien de visiteurs a reçu chaque province, combien de temps ils y sont restés, combien ils ont dépensé d'argent et de quelle façon ils l'ont dépensé? Que fait-on pour intriguer les hommes dont nous espérons obtenir plus d'argent afin d'aider cette association bénévole, pour exciter leur curiosité? Ils lisent des entrefilets dans les journaux et de plus grands placards ici et là, mais aucun effort systématique n'est déployé pour fixer leur attention sur le fait que l'industrie touristique a besoin de leur intérêt personnel. Il serait possible de déployer cet effort et ceux qui négligent de le faire, notez-le bien, sont surtout les gouvernements provinciaux, pour qui le tourisme est si important. Il est difficile d'amener la population de ma propre province à se rendre compte de la véritable valeur du tourisme, mais elle sait depuis plusieurs années que la taxe sur la gasoline rapporte plus à la province que celle-ci ne dépense pour le tourisme. Nous ne ferons rien entrer dans la tête des gens de la Nouvelle-Écosse ou des autres provinces à moins de leur fournir constamment, d'une manière adroite, les chiffres que j'ai mentionnés