

L'ajournement

que au Canada. A l'égard de la commercialisation, les participants ont déclaré et je cite:

Le Canada était présent à 75 p. 100 seulement sur le marché américain cette année à cause du blocage des budgets de commercialisation. Si le budget de commercialisation de l'OTC n'augmente pas, sa présence se réduira à 60 p. 100 l'année prochaine... On a préconisé d'orienter davantage les efforts vers la catégorie des amis et parents en visite. On ne sait pas ce qui incite ces gens à venir et on n'a pas non plus établi exactement combien d'argent ils dépensent dans les secteurs autres que celui de l'hébergement.

Un document intitulé «Prévisions pour l'expansion du tourisme international d'ici 1985» a été publié par l'Economist Intelligence Unit Limited de Londres. Il jette une certaine lumière sur ce domaine. On peut y lire:

Aux États-Unis, on a l'impression que les Canadiens sont anti-américains. Un autre problème au Canada, c'est l'attitude peu empressée des gens au service du public.

On peut lire également:

On a longuement discuté du fait que le Canada donne aux touristes l'impression de ne pas être un pays amical. Ce problème a deux racines: premièrement, certains Américains considèrent le Canada (le gouvernement, pas la population) comme étant anti-américain à cause de certains aspects de sa politique; deuxièmement, certains touristes sont favorablement disposés envers le Canada comme pays et même envers les Canadiens, mais certaines expériences déplaisantes lors de voyages précédents leur ont fait dire que le Canada n'était pas un endroit à recommander pour aller passer des vacances.

Non seulement le gouvernement actuel chasse-t-il les investissements, mais il effraie aussi les touristes. Pas étonnant que notre déficit soit de 2 milliards. Dans un éditorial récent on pouvait lire que le programme de tourisme adopté par le gouvernement est vide de sens. Voici ce que disait cet article:

Avec beaucoup d'éclat, le ministre fédéral de l'industrie Jack Horner et ses homologues provinciaux ont fait connaître un programme national visant à promouvoir le tourisme au Canada. Il offre certains avantages précis aux consommateurs, mais dans l'ensemble le gouvernement cherche surtout, à grands renforts de publicité, à promouvoir le tourisme canadien.

Elles seules de grandes campagnes publicitaires ne suffiront pas à régler le problème. Le document préparé par l'industrie du tourisme et le ministère signale aussi que les contraintes reliées au transport sont un des grands problèmes au Canada. On y dit, et je cite:

On était très préoccupé par les coûts de voyage engendrés par les règlements restrictifs régissant diverses formes de transport. Les représentants des lignes aériennes se sont fermement opposés à la politique du ministère des Transports du paiement par l'utilisateur; le coût élevé de la location de comptoirs dans les aéroports contribue à la hausse des coûts, dont écopent en fin de compte les voyageurs aériens. On a aussi fait remarquer que les coûts de l'essence et de la main-d'œuvre étaient aussi responsables des tarifs élevés qui doivent être fixés.

On y dit que la plupart des touristes américains en voyages d'excursion au Canada arrivent par autobus. Les règlements régissant l'utilisation d'autocars au Canada dissuadent actuellement les organisateurs de voyages touristiques d'envoyer leurs clients au Canada. Qu'est-ce que le gouvernement a l'intention de faire concernant cette politique de transports?

● (2217)

M. Maurice Harquail (secrétaire parlementaire du ministre d'État des Affaires urbaines): Monsieur l'Orateur, je suppose que s'il y avait une récompense ou un trophée de championnat à accorder à celui qui réussit le mieux à propager des nouvelles pessimistes et alarmistes, le député de Winnipeg-Sud-Centre (M. McKenzie) se retrouverait probablement en tête de liste des aspirants à cette récompense.

Laissez-moi donc vous expliquer quelle est la position du gouvernement. Le ministre de l'Industrie et du Commerce (M. Horner) ainsi que le gouvernement se préoccupent depuis un certain temps de certaines tendances défavorables dans le

domaine touristique au Canada. Le tourisme revêt une grande importance pour le Canada ainsi que l'attestent les 9.2 milliards de dollars de revenus reliés à l'activité touristique en 1976, ce qui représente approximativement 5 p. 100 de notre produit national brut: 7.3 milliards représentent des dépenses effectuées par les Canadiens voyageant dans leur propre pays et 1.93 milliard de dollars les dépenses effectuées par les visiteurs en provenance des États-Unis et d'autres pays. Plus de 800,000 emplois largement dispersés dans tout le Canada sont liés de façon directe ou indirecte au secteur touristique.

Ce problème est accentué par de récents changements dans la balance internationale des paiements au chapitre des comptes de voyage. Au cours des trois dernières années seulement, de 1973 à 1976, notre déficit touristique a quadruplé, atteignant 1.2 milliard de dollars et représente actuellement 20.5 p. 100 du déficit de 5.8 milliards de dollars subi au chapitre de l'ensemble des transactions portant sur les services. Pour ce qui est de l'année 1977 jusqu'à présent cette tendance défavorable s'est maintenue.

Les facteurs qui contribuent largement à notre déficit touristique croissant sont tout d'abord un déclin du nombre des visiteurs américains d'environ 6 p. 100 en 1976 et quelque peu inférieur en 1977, et en second lieu les fortes augmentations du nombre de Canadiens voyageant à l'extérieur du pays, chiffre qui s'est accru de 8 à 10 p. 100 en 1976.

Étant donné que le tourisme constitue un secteur d'activité si important pour le Canada et pour des milliers d'entreprises qui en dépendent, le ministre, et avant lui, le ministre des Finances (M. Chrétien) ont étudié les causes de ces tendances, et cherchent actuellement les moyens de les inverser.

Voici certaines mesures qui ont été prises: il y a plus d'un an, en collaboration avec l'Association de l'industrie touristique du Canada, l'Office de tourisme du Canada a organisé un atelier de travail sur la question de la concurrence des prix. L'OTC a également travaillé à promouvoir les voyages en collaboration avec les gouvernements provinciaux et l'industrie. Le ministre a discuté de ces problèmes avec les ministres provinciaux chargés du tourisme en novembre 1976, et en septembre dernier, à Yellowknife. Le ministre des Finances a prévu en mars la réunion de 13 personnalités de premier plan de ce secteur d'activités, avec qui il se propose de discuter de la situation présente. Entre-temps, il a été heureux de recevoir de ces derniers des recommandations très détaillées lui apportant des renseignements très utiles qui sont en ce moment à l'étude. Le ministre a également tenu compte des résolutions adoptées par l'Association de l'industrie touristique du Canada à la conférence annuelle qui s'est tenue, en mai dernier, à Edmonton.

Enfin, le ministre a donné des directives pour que ses fonctionnaires agissent en étroite collaboration avec les responsables provinciaux et l'industrie touristique, en vue de trouver des solutions à ces problèmes. On escompte que, dans l'ensemble, les nouveaux programmes de promotion du tourisme canadien en 1978 porteront leurs fruits. Enfin, mentionnons plusieurs études spéciales en cours, dont le ministre se propose d'évaluer les résultats au cours des deux prochains mois et qui devraient conduire à prendre de nouvelles mesures pour appuyer cette importante industrie.

M. McKenzie: C'est trop peu et trop tard.