

Chaque année, l'Association canadienne du tourisme tient un congrès qui instruit et renseigne les gens de l'industrie touristique et leur donne de nouvelles idées, et elle tient aussi des assemblées régionales où sont discutés les problèmes touristiques.

Pour donner un exemple de l'activité que déploie l'Association, nous pourrions mentionner qu'au cours du mois dernier, le président, le directeur exécutif et plusieurs membres du conseil ont parlé dans presque toutes les provinces du Canada et ont tenu une assemblée régionale pour les Maritimes à Saint-Jean, au Nouveau-Brunswick.

Depuis le début de l'année, les membres du personnel de l'Association au bureau central ont écrit des articles sur différents aspects du tourisme pour les publications suivantes: *Canadian Journalist and Press Photographer*, *Royal Yorker*, *Trader's Post* (Chambre de commerce cadette de Toronto), *Mayfair*, *Know Canada*, le *Times* de Londres, le Bulletin mensuel de la Chambre canadienne de commerce en Grande-Bretagne, le *Globe and Mail*, *Hardware Trades* et *Hardware Metal and Appliance Dealer*.

Actuellement, l'Association fait une campagne d'hospitalité dans tout le pays afin d'améliorer notre façon d'accueillir comme nation. La courtoisie et l'empressement sont très importants auprès des visiteurs et nous croyons qu'il est nécessaire de corriger les attitudes et de relever les normes de l'hospitalité, non seulement dans les entreprises touristiques mais aussi dans l'ensemble du public si nous voulons que les touristes soient enchantés de leur visite au Canada.

L'Association canadienne du tourisme a eu la bonne fortune de réussir à faire tourner par l'Office national du film un excellent film au titre provocateur, *Tourist Go Home* ou *Touriste, va-t'-en*. Notre association l'a montré en première devant de nombreuses assistances à Montréal, Toronto et Vancouver, et ce film a déjà passé dans plusieurs autres centres du Canada. Nous espérons qu'il aidera grandement à enseigner aux exploitants et à leurs employés la bonne façon de traiter les touristes.

L'Association estime qu'il faudrait relever le niveau des services touristiques au pays. Il y a beaucoup d'exploitants expérimentés, habiles et ingénieux, mais chez les petits exploitants et chez les petits employés, il existe un besoin lamentable d'éducation et d'aide.

Nous avons récemment fait une enquête parmi nos membres et nous savons que les bureaux provinciaux du tourisme, les associations de propriétaires d'hôtels et de motels, les associations de restaurateurs et leurs membres recevraient avec plaisir des instructeurs et du matériel éducatif. On n'a que très peu fait dans ce domaine au Canada. (L'Association canadienne du tourisme est à sonder la possibilité de fournir des centres d'amélioration des services touristiques, des films pour la formation du personnel, des manuels et des spécialistes qui iraient sur place instruire le personnel des établissements touristiques. Pour réussir à tenir tête à la concurrence très vive des autres pays et pour obtenir sa juste part du marché grandissant du tourisme, il faut que le Canada reconnaisse que le tourisme est une industrie exigeant beaucoup de compétence. C'est le seul moyen d'affronter la concurrence de nations plus vieilles qui reçoivent et servent leurs visiteurs avec un art raffiné.

Le programme que l'Association canadienne du tourisme envisage et aimerait lancer exigerait un personnel plus nombreux et des ressources beaucoup plus grandes. Nous espérons qu'il nous sera possible de mettre en œuvre un programme de cette envergure avec l'aide financière de l'industrie touristique et du gouvernement. Nous atteignons presque la limite en ce qui concerne l'aide financière que nous pouvons attendre de l'industrie.

Pour que nous puissions entreprendre la grande tâche qu'il faudrait accomplir, l'appui du gouvernement fédéral devient nécessaire. L'industrie touristique se compose en grande partie de petits exploitants qui ont contre