

M. Rouleau: Monsieur le président, nous reconnaissons tous l'importance de l'industrie touristique du Canada. Nous nous en sommes rendu compte de nouveau il y a quelques semaines en discutant à la Chambre une proposition relative à des prêts conjoints en faveur des exploitants d'établissements touristiques. Cette industrie est une grande entreprise. Elle se classe au troisième rang des industries principales du Canada. En 1956, les touristes étrangers ont dépensé 335 millions de dollars dans notre pays alors qu'en 1957, ils en ont dépensé plus de 350 millions.

Et quel est le montant dépensé par les Canadiens en voyage? Il est impossible de l'évaluer mais je suis sûr de ne pas être éloigné de la vérité en disant que nos compatriotes dépensent en voyage, chaque année, au moins la même somme. En considérant les statistiques, nous constatons que ces dernières dix années, par exemple, l'industrie touristique s'est développée à un rythme extraordinaire au Canada. L'industrie du tourisme, qui a rapporté 270 millions de dollars en 1948, nous rapportera probablement 370 millions de dollars en 1958. Étant donné qu'environ 90 p. 100 des touristes viennent de chez nos voisins du Sud, ils nous apportent des devises américaines dont le Canada a toujours besoin.

Je répète que notre meilleure source de clientèle touristique est la nation américaine. En 1946, les voyageurs américains ont dépensé environ 308 millions de dollars dans notre pays tandis que les voyageurs qui venaient des autres pays du monde ne dépensaient que 27 millions de dollars. Nous pouvons augmenter notre clientèle aux États-Unis et en créer facilement de nouvelles dans d'autres régions du monde. Au Canada, nous avons tout ce que le touriste demande. La variété et le pittoresque de nos sites, d'un océan à l'autre, sont inégalés au monde.

Je ne vais évidemment pas essayer de vous donner des descriptions de chacune des régions du Canada. Les députés, à juste titre, ont fait à l'occasion l'éloge de leurs circonscriptions respectives en cette enceinte. Je me contenterai de mentionner la majestueuse beauté de la Colombie-Britannique, avec ses montagnes et ses belles villes de Vancouver et Victoria. La grandeur et la majesté des Rocheuses ne sont surpassées nulle part au monde, et je puis encore citer le spectacle pittoresque du stampede de Calgary, l'immensité des provinces centrales, les fameuses chutes de Niagara, aux romantiques échos, la ville reine de Toronto, le Nord de l'Ontario et du Québec dont les milliers de lacs fourmillent de poissons et de gibier, notre Montréal cosmopolite où pullulent les attractions de tous genres, le charme de Québec, ville historique si typiquement française, le petit

paradis pour touristes que sont les provinces Maritimes, et notre Saint-Laurent, le plus long de nos cours d'eau.

Au Canada, nous pouvons offrir et des distractions d'hiver et des distractions d'été. Nous avons en hiver de la neige en abondance pour le ski et notre air est vivifiant. Le sportif peut trouver au Canada des occasions sans nombre pour pêcher et chasser au printemps, en été et à l'automne, et les Canadiens tout comme les touristes peuvent profiter des milliers de lacs et des riches forêts que l'on trouve dans presque toutes nos provinces. Nous avons toutes sortes de stations d'été et d'hiver. Nous avons des hôtels qui comptent parmi les meilleurs au monde. Nos grandes villes ont tout ce qu'il faut pour de grands congrès. L'hôtel Queen Elizabeth, qui vient tout juste d'être achevé à Montréal, peut recevoir de petits et de grands congrès. Nous avons à offrir l'un des meilleurs réseaux de transport du monde, qu'il s'agisse du chemin de fer, de l'avion, de l'automobile ou du bateau. Nous devons faire connaître tout ce que nous avons à offrir. Le ministère du Nord canadien et des Ressources nationales a fait du bon travail à cet égard par le passé, mais il faut en faire davantage. Nous devrions multiplier et embellir nos parcs nationaux qui attirent beaucoup les touristes. Nous devrions multiplier les terrains de pique-nique le long de nos routes, et aménager de meilleures facilités de logement pour les touristes.

D'après le rapport annuel de l'Office canadien du tourisme, créé en 1934 et chargé d'encourager le tourisme au Canada et de veiller au bien-être de l'industrie touristique canadienne, cet organisme dispose d'un personnel de 85 à 90 employés à Ottawa pour faire connaître le Canada. Ce rapport précise également qu'il y a des succursales de l'Office à New-York et à Chicago, dotées d'un petit personnel de renseignement, ainsi qu'un représentant touristique au consulat général du Canada à Los Angeles. A la page 1951 du rapport annuel du ministère du Nord canadien et des Ressources nationales, pour l'année financière 1956-1957, nous trouvons la déclaration suivante:

En 1956, l'Office a répondu à un nombre sans précédent de demandes de renseignements en une seule année. Il a reçu un total de 538,063 demandes, dont 460,882 à son bureau d'Ottawa, 55,181 à son bureau de New-York, et 22,000 à son bureau de Chicago. On a lancé un programme de publicité de \$974,607 dans 50 revues et 59 journaux des États-Unis. Cela représentait un total de 71,909,759 exemplaires.

Autant que je sache, l'Office du tourisme du gouvernement canadien fait de la bonne besogne, si on tient compte du peu d'argent qu'on lui donne à cette fin.