

Je m'aperçois que mon temps de parole est expiré, et je conclurai donc là-dessus.

● (2207)

M. Maurice Harquail (secrétaire parlementaire du ministre d'État chargé des Affaires urbaines): Monsieur l'Orateur, le député de Vancouver-Sud (M. Fraser) a été très occupé. Il a posé deux questions ce soir, l'une au sujet des chaussures importées et l'autre au sujet des contingents fixés pour les importations.

Permettez-moi de parler tout d'abord des chaussures importées. En réponse à cette allégation, je désire faire remarquer que le chiffre de 11 millions de paires est inexact. Il s'agit de 7.5 millions de paires. En 1976, les importations ont atteint 40 millions de paires de chaussures en cuir et en vinyl, une majoration de 46 p. 100 par rapport à 1975. Le gouvernement a restreint ces importations à 32.5 millions de paires, soit une réduction de 7.5 millions de paires ou moins de 19 p. 100. On ne dispose pas de données statistiques pour 1977, mais on estime que les importations atteindront probablement le niveau de 1976. Cette réduction de 7.5 millions de paires représente 16 p. 100 de la production canadienne de 1976 qui était de 45.8 millions. Pour remplacer les 7.5 millions de paires qui ne seront plus importées il ne sera pas nécessaire d'accroître la production intérieure de 50 p. 100, comme on l'a prétendu, mais seulement de 16 p. 100, et j'estime que l'industrie canadienne est en mesure de la faire.

Venons en maintenant à la question des textiles. Aux termes de la loi sur les licences d'exportation et d'importation, il est interdit de transférer à un tiers les licences d'importation ainsi que les contingents en vertu desquels ces licences sont émises. Il y a eu plusieurs cas où une entreprise a demandé au ministère de l'Industrie et du Commerce le droit de transférer ses contingents à une autre entreprise parce que l'affaire avait changé de mains ou qu'elle avait changé de structure. Le ministère a refusé d'honorer ces demandes.

Le ministère sait en outre que plusieurs entreprises ont annoncé dans les journaux qu'elles désiraient acheter ou vendre des contingents d'importation. Les fonctionnaires du ministère ont procédé en l'occurrence aux enquêtes qui s'imposaient. Nous connaissons à l'heure actuelle les résultats de deux de ces enquêtes. Il a été établi que certaines personnes utilisaient les expressions «contingents à vendre» ou «contingents demandés» pour désigner en fait des marchandises déjà importées conformément à une licence d'importation délivrée aux termes de la loi sur les licences d'importation et après obtention d'un contingent. Si elles ont utilisé le mot «contingent», c'est simplement parce que ces marchandises importées étaient contingentées. Jusqu'à maintenant, aucune des enquêtes n'a établi que personne n'ait réellement acheté ou vendu des contingents au Canada.

J'aimerais apporter une dernière précision au sujet des chaussures importées. L'importation de quelque 32.5 millions de paires de chaussures de cuir et de vinyl que le cabinet a autorisée dépasse celle de n'importe quelle année, sauf celles de 1976 et de 1977. Si nous ajoutons à ce nombre les quelques 15 millions de paires de chaussures de caoutchouc, de toiles et d'autres matières qui sont importées hors contingents, plus celles que produisent nos manufacturiers, je suis convaincu que les détaillants et les consommateurs pourront choisir des

L'ajournement

chaussures à leur goût en fonction du prix, de la mode, de la qualité et de l'usage.

LE TOURISME—L'IDENTIFICATION DE SECTEURS-PROBLÈMES À LA CONFÉRENCE DE L'INDUSTRIE—LES MESURES CORRECTIVES ENVISAGÉES

M. Dan McKenzie (Winnipeg-Sud-Centre): Monsieur l'Orateur, selon Statistique Canada, le Canada a enregistré pour le quatrième trimestre un déficit record dans le secteur du tourisme, soit 340 millions de dollars, en comparaison d'un déficit de 293 millions de dollars un an plus tôt. Le déficit du tourisme pour l'année 1977 a aussi été un record, totalisant 1.66 milliard de dollars en comparaison de 1.19 milliard en 1976.

Les Canadiens vont de plus en plus aux États-Unis. Statistique Canada signale que les Canadiens ont effectué 37.9 millions de séjours aux États-Unis en 1977, soit une augmentation de 5.5 p. 100 par rapport au total pour 1976. Le nombre de séjours effectués au Canada par des citoyens américains a diminué de 1.4 p. 100 par rapport à 1976: ces séjours furent au nombre de 31.8 millions en 1977. De même, le nombre de séjours au Canada de visiteurs étrangers de tous les autres pays fut de 1.4 million, soit une diminution de 9.7 p. 100 par rapport à 1976. A la lecture de ces chiffres, les députés peuvent constater la tendance dangereuse qui se fait jour au Canada en ce qui concerne le tourisme.

La déclaration faite par le ministre de l'Industrie et du Commerce (M. Horner) au sujet de la diminution du déficit actuel du tourisme, qui est de deux milliards de dollars n'est que de la poudre aux yeux. Ce soir, je réclame l'application immédiate de quelques mesures.

Je propose une réduction des taxes de vente sur les documents publicitaires diffusés aux États-Unis; une réduction de l'impôt sur le revenu pour les Canadiens qui voyagent à l'intérieur du Canada, et ce qui est le plus important, je propose que le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux se mettent d'accord et organisent une campagne publicitaire unique, au lieu de présenter chacun une image différente du Canada, comme on le fait actuellement. Cela ne veut pas dire que les provinces doivent renoncer à faire de la publicité chacune de leur côté, mais elles devraient plutôt adopter une approche publicitaire plus nationale.

● (2212)

Le gouvernement fédéral dépense 1.5 million de dollars pour proposer des forfaits-vacances au Canada à des prix très bas. Ce grand battage publicitaire doit commencer le mois prochain. Toutefois, bon nombre des forfaits proposés n'ont rien de nouveau ou ne sont pas particulièrement bon marché. Selon un agent de voyage d'Ottawa, le programme n'a pas vraiment changé et on se contente de jeter de la poudre aux yeux. Et d'ailleurs, les agents de voyage vendaient l'été dernier une bonne partie des forfaits qu'offre le gouvernement. Grâce aux forfaits-voyages il est plus facile de vendre le produit, a dit un agent de voyage, mais c'est tout. Le prix n'est pas tellement moins cher. Ce qui diffère, c'est la publicité massive en faveur du tourisme canadien. On peut voir que c'est de la poudre aux yeux, sans rien de concret.

L'industrie touristique canadienne et l'Office de tourisme du Canada ont tenu récemment une conférence. Elle était centrée sur 13 problèmes que connaît actuellement l'industrie touris-