

Le colonel JAMES MCAVITY (*président de l'Association canadienne du tourisme*): Monsieur le président et honorables sénateurs nous avons préparé un mémoire et je crois que la meilleure façon de procéder serait d'en distribuer des exemplaires. Avec votre permission, je donnerai lecture de ce bref mémoire et, ensuite, M. Fisher et moi-même serons très heureux de répondre à vos questions.

L'Association canadienne du tourisme est l'association nationale de l'industrie touristique au Canada. Elle n'a aucun but lucratif et sa mission est d'améliorer le Canada comme pays hospitalier et de stimuler le tourisme au Canada. Elle a été fondée il y a 29 ans comme association des bureaux canadiens de tourisme et de publicité. Au début, elle ne comptait parmi ses membres que quelques bureaux de tourisme et les chemins de fer, mais aujourd'hui, elle compte 530 membres représentant tous les secteurs de l'industrie touristique. En sont membres l'Office fédéral et les bureaux provinciaux du tourisme, les associations régionales et municipales qui s'occupent d'attirer les touristes et les congrès, les chambres de commerce, les principales entreprises de transport, les gérants d'installations touristiques, telles qu'hôtels, motels, établissements de villégiature, camps, agences de voyage, restaurants et lieux d'amusement, de même que journaux, magazines, postes de radio ainsi qu'une variété de compagnies qui fabriquent, distribuent ou vendent au détail beaucoup de marchandises que recherchent les touristes.

Sans s'occuper de réclame ni d'impression de plaquette, ni d'invitations aux touristes (fonctions qui incombent aux gouvernements et aux entreprises commerciales), l'Association canadienne du tourisme stimule le tourisme par tous les autres moyens, fait connaître le Canada et s'efforce de servir les intérêts de l'industrie touristique, servant ainsi les intérêts de ses membres et du pays.

L'association est un point de rencontre pour les gouvernements, l'industrie, le commerce et autres associations.

Elle fournit à ses membres, à la presse et aux services d'information, des nouvelles et des renseignements sur presque tous les aspects du tourisme.

Elle maintient un service de consultation pour ses propres membres ainsi que pour les groupements régionaux et locaux, les entreprises commerciales et les particuliers, qu'ils soient membres ou non.

Elle fournit des conférenciers qui tentent de renseigner, exhorter et persuader les propriétaires les gérants et les gouvernements qu'ils doivent améliorer les installations et services touristiques au Canada.

Elle prête son concours à l'organisation de célébrations spéciales dans toutes les parties du Canada.

Elle rassemble des données statistiques et autres renseignements sur l'industrie touristique et met ces renseignements à la disposition de ses membres et du public.

Elle fait constamment et vigoureusement campagne pour amener les Canadiens à mieux connaître leur propre pays, c'est-à-dire à voyager dans leur propre pays. En attirant l'attention sur les merveilleux attraits de notre pays, nous aidons les Canadiens à se convaincre qu'ils perdent beaucoup à ne pas le visiter.

L'Association canadienne du tourisme lance chaque année quatre concours pour signaler les réalisations remarquables dans le domaine du tourisme et pour stimuler l'industrie touristique canadienne. Il y a le concours de publicité régionale, le concours des dépliants sur les installations touristiques, le concours de conservation *Julian Crandall* et le concours pour le trophée du *Canadian Wine Institute*. Ce dernier trophée est décerné au journal ou au magazine canadien qui a fourni, au cours de l'année précédente, le meilleur apport propre à intéresser le public à la conservation et à la mise en valeur de nos richesses historiques et culturelles.