

*Les subsides*

Est-il déraisonnable de croire que s'il est possible de voyager à l'étranger au coût de \$400 tous frais compris, il devrait être également possible de prendre chez soi, dans son pays, des vacances qui ne coûtent pas plus cher, même si c'est durant l'hiver et que le soleil n'est pas de la partie? En nous intéressant de près à la question, nous rendrions service à l'industrie du tourisme et l'aiderions à créer au Canada les emplois que nous réclamons les citoyens. Nous favoriserions la stabilité au pays et nous finirions, à long terme, par montrer que le Canada est un pays fort intéressant à visiter.

**Le président suppléant (M. Herbert):** Le Règlement prévoit une période de questions et de commentaires de dix minutes. Si personne n'a de question à poser, ou de commentaire à faire, je donne la parole au député de Hastings-Frontenac-Lennox et Addington (M. Vankoughnet).

**M. Harquail:** Monsieur le Président, j'invoque le Règlement. J'ai demandé à prendre part au débat. On a sans doute cru que je voulais poser une question. Ce n'est pas le cas, puisque je me suis levé pour poursuivre le débat et je suis prêt à prendre la parole.

**Le président suppléant (M. Herbert):** C'est bien ce que j'avais compris. Si le député avait une question à poser, je lui aurais donné la parole. Mais c'est le tour du député de la loyale opposition de Sa Majesté.

**M. Bill Vankoughnet (Hastings-Frontenac-Lennox et Addington):** Monsieur le Président, je suis heureux de pouvoir participer à ce très important débat sur le tourisme. Ce secteur rapporte beaucoup au Canada et ma circonscription qui se trouve dans le sud-est de l'Ontario, à mi-chemin entre Montréal et Toronto, et à mi-chemin entre Ottawa et Toronto, en profite tout autant que les autres régions. Elle est d'un accès très facile aux millions d'Américains des états du Nord. Cette région que j'ai l'insigne honneur de représenter donne une excellente idée des possibilités dont dispose le Canada pour favoriser le tourisme non seulement entre les provinces mais aussi en provenance de chez nos voisins du Sud. Elle est réputée pour ses nombreux lacs puisqu'elles s'étend du lac Ontario à la baie de Quinté dans le sud, jusqu'aux milliers de petits lacs dans le nord, sans compter la belle contrée du comté de Hastings qui voisine le parc Algonquin.

Ce lieu touristique se trouve dans le Bouclier canadien. La région du sud, ancien fond marin calcaire, est de par sa situation géographique mieux protégée des pluies acides industrielles que les villes. En remontant vers le nord, viennent ensuite les crêtes formées par les glaciers du Bouclier précambrien. Recouvert de forêts, de conifères et de bois durs, le paysage y est aussi accidenté et escarpé, mais d'une beauté sereine. C'est là que se trouvent le comté de Lennox et d'Addington, une partie du comté de Hastings et la plus grande partie du comté de Frontenac. Les Loyalistes de l'Empire Uni s'y sont établis dès 1784. Ils fêtent d'ailleurs cette année le bicentenaire de leur arrivée des États-Unis.

Le budget consacré à la publicité du secteur touristique a été porté de 14.5 millions à 22 millions de dollars, mais je serais curieux de savoir quelle est la part qu'on a réservée à la promotion de la visite de notre chef d'État, Sa Majesté la Reine Elizabeth II, au Canada, ou encore à celle de Sa Sainteté, le Pape? Ces visites intéresseraient énormément les Américains et tous nos concitoyens. A ce jour, on a beaucoup dépensé pour la publicité consacrée à la commémoration, cet été, de l'arrivée

de l'explorateur Jacques Cartier, le premier homme blanc à poser le pied sur les rives de la baie de Gaspé et de celle de majestueux voiliers à Québec. Mais qu'a-t-on fait pour des manifestations semblables en Ontario, notamment la commémoration de l'arrivée des Loyalistes américains de l'Empire Uni? Cette publicité préférentielle explique encore une fois le marasme dans lequel se trouve le secteur touristique dans son ensemble et non pas uniquement dans le sud-est de l'Ontario.

Depuis dix ans, notre part du tourisme international a diminué environ de moitié. Sans cette perte, au moins 150,000 autres Canadiens de tout âge travailleraient et les recettes annuelles dans ce secteur atteindraient 2.2 milliards de dollars de plus. Fait étrange à signaler, la politique du gouvernement libéral a provoqué un déficit de 2.1 milliards de dollars dans le tourisme en 1983. La part du Canada sur le marché du tourisme international se mesure au nombre d'étrangers qui viennent ici et non pas au nombre de Canadiens qui vont à l'étranger. Voilà un autre problème qui s'ajoute au fait que les Canadiens ne passent pas leurs vacances au Canada. En 1983 seulement, 17.5 p. 100 de plus de Canadiens que l'année précédente ont voyagé à l'étranger, alors que le nombre de touristes étrangers à venir au Canada n'a augmenté que de 0.2 p. 100. Ainsi, 17.3 p. 100 de Canadiens de plus ont contribué à la hausse du tourisme international alors que 0.2 p. 100 de touristes étrangers ont accru notre part du marché.

• (1230)

Il est temps que les Canadiens s'attaquent à ce problème pour mettre fin à l'érosion avant que notre industrie touristique ne soit complètement dévastée. A ce rythme, notre déficit touristique atteindra à lui seul en 1987 quelque 4 milliards de dollars. Ce n'est pas en consacrant plus d'argent à la publicité par l'entremise surtout d'agences libérales que nous réglerons ce problème sérieux.

En tant que parlementaires, nous devons reconnaître l'importance de ce secteur. Il ne fait aucun doute que les députés progressistes conservateurs en sont conscients, non seulement pour ce qui est des centres urbains, mais encore des circonscriptions rurales comme Hastings-Frontenac-Lennox ainsi que Addington. Une partie du problème vient de ce que nous ne pouvons pas soutenir la comparaison. Le Canada paraît trop cher à nos yeux et à ceux des étrangers dans de nombreux domaines: l'alcool, le tabac, l'essence, l'hébergement, les salaires, les taxes foncières, les permis de chasse et de pêche de même que l'impôt sur le revenu. Bien sûr, ces domaines ne sont pas tous de compétence fédérale. C'est pourquoi les ministres provinciaux du Tourisme et leur collègue fédéral doivent collaborer davantage en vue de coordonner la recherche et de modifier les dispositions fiscales et les règlements à tous les niveaux de l'industrie touristique.

Le Canada pourrait attirer le tourisme toute l'année, pourvu que les entrepreneurs disposent d'encouragements fiscaux, de conditions d'emprunt et de taux d'intérêts qui les incitent à aménager des installations comme celles que le public demande de nos jours ou à rénover les anciennes. Notre saison estivale, notamment, dure au mieux une centaine de jours. Nous n'avons malheureusement pas d'emprise sur les conditions climatiques, mais nous pouvons maîtriser la fiscalité.