

fais cette observation parce que plus tard, monsieur Côté, j'aurai peut-être des critiques et des doutes à exprimer sur la façon dont vous dépensez l'argent et sur les résultats que vous obtenez. Mon intention est d'être utile.

Le PRÉSIDENT: Vous parlez de l'argent dépensé en publicité?

Le sénateur ISNOR: Oui, en général. Je ne le dis pas pour flatter John Fisher. Je dirais la même chose d'Alan Field, peut-être, ou de Leo Dolan. Mais John Fisher parcourt le pays de l'Atlantique au Pacifique et, chaque fois qu'il parle à un congrès, il fait point de mire. Il sert bien la cause du tourisme canadien. Il aide à cultiver le tourisme interne au Canada et je crois que c'est un élément très important auquel l'Association canadienne du tourisme devrait songer pour l'avenir. C'est la pensée que je veux laisser pour le moment.

Le PRÉSIDENT: Si je comprends bien, le travail de l'Association consiste, en général, à enseigner aux Canadiens la valeur du tourisme. Il me semble que c'est indispensable.

Le colonel McAVITY: Monsieur le président, si vous me permettez d'ajouter un mot à cela, je tiens à dire que nos deux principaux objectifs se résument ainsi: premièrement, voir à ce que les touristes trouvent ici le chaleureux accueil promis par la splendide publicité de M. Alan Field et, deuxièmement, essayer par tous les moyens disponibles d'amener les Canadiens à voyager plus dans leur propre pays, et c'est un objectif qui ne reçoit pas autant d'attention que nous voudrions.

Il y a une intéressante leçon à tirer du passé, si vous me permettez cette digression. Je suis sûr que plusieurs des honorables sénateurs présents seront intéressés. Dans les jours sombres de 1929 et de 1930, si je suis bien renseigné, cinq personnages se sont rencontrés à Montréal. Il y a longtemps de cela; il y a 30 ans. Il y avait à cette réunion le juge en chef Arsenault, qui a déjà été premier ministre de l'Île-du-Prince-Édouard; le colonel Ralph Webb, de Winnipeg, dont beaucoup se souviennent; M. George Warren, de Victoria, M. McNamee, qui était secrétaire de l'Association pour les bonnes routes, et M. Hely, qui était secrétaire du premier ministre de l'Ontario. Cette réunion, que l'un de ceux-ci m'a décrite il y a environ un mois, a formulé cinq résolutions avant de se dissoudre.

La première portait qu'il faudrait un organisme fédéral chargé de faire de la réclame pour le pays. Elle ne visait pas à nous tirer du marasme économique, car la réunion précédait la crise économique. La prospérité était grande au sud de la frontière et ces hommes croyaient qu'il fallait davantage pour inviter les Américains à venir dépenser chez nous une partie des dollars qu'ils gagnaient. La deuxième résolution portait,—et cela se passait en 1929,—qu'il fallait une route transcanadienne; la troisième, qu'il faudrait déployer des efforts pour amener les Canadiens à se servir de cette route afin d'apprendre à mieux se connaître, à s'en servir non seulement pour leurs vacances, mais aussi pour réaliser l'union nationale. La quatrième résolution disait qu'il faudrait des offices provinciaux du tourisme et qu'une liaison devrait s'établir entre eux et l'office fédéral proposé. La dernière résolution exprimait le vœu qu'une association nationale soit établie, et c'est de ce vœu qu'est née l'Association canadienne du tourisme. Elle s'appelait d'abord l'Association canadienne des bureaux de tourisme et de publicité.

Je répète ce qui m'a été raconté parce que cette réunion convoquée par feu le sénateur Dennis devait aboutir à la création de l'Office fédéral du tourisme. La route transcanadienne a pris beaucoup de temps à se réaliser, mais elle a été la cinquième et la dernière des recommandations à prendre forme. Un des motifs pour lequel il me fait tant plaisir de venir ici représenter l'industrie, qui se rend compte de l'importance du tourisme, c'est que